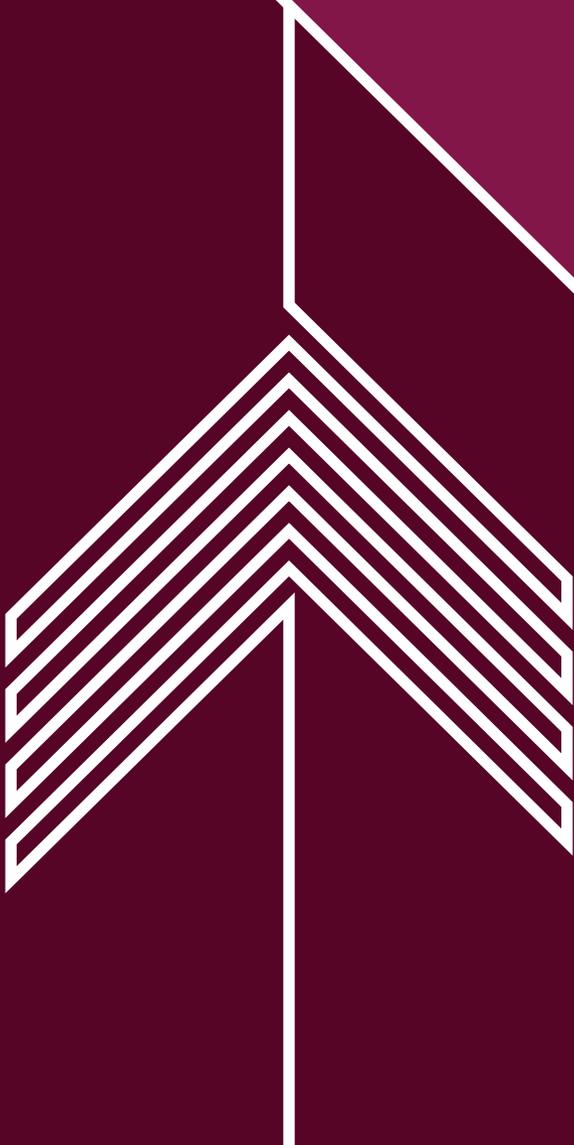


Revista  
**IniciaCom**

Revista Brasileira de Iniciação Científica  
em Comunicação Social

VOL. 11, Nº 2 (2022) - 23ª Edição



---

**INICIACOM – REVISTA BRASILEIRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM  
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**(e-ISSN: 1980-3494)**

**VOL. 11, Nº 2 (2022)**

**A VIGÉSIMA TERCEIRA**

Não é incomum em aulas de ética que uma analogia seja feita para estabelecer contraste entre um erro e suas implicações. Do alto de um arranha-céu, uma pessoa rasga um travesseiro de penas. Com leveza, quase que com preguiça, elas se espalham pelos quatro cantos da cidade. Então ocorre o arrependimento, prontamente seguido por um desafio: recolhê-las e reconstruir o objeto. Uma tarefa, como aponta a moral da história, dispendiosa e incapaz de corrigir plenamente o erro original. O travesseiro jamais será o mesmo, nem a consciência de quem irá usá-lo para dormir.

Quando se pensa em desinformação, tema central desta edição da **Revista Iniciacom**, a ideia de erro e consequência presente na analogia acima pode ser útil. Fenômeno antigo e que tem ganhado contornos singulares em tempos de redes e atores sociais pouco convencidos da importância da manutenção das regras e princípios democráticos, a desinformação traz implicações de um tipo de ação incorreta desde sua gênese. Em vez de um ponto centralizado – como o alto de um prédio –, essa rede se cria e se espalha rapidamente a partir do invisível e contaminante sistema de esgoto. Entre os dejetos, as penas perdem propriedade. Convencido de que vale qualquer regra, o autor do erro, sem qualquer constrangimento, terceiriza o conserto a jornalistas, cientistas, educadores e outros grupos interessados, enquanto encontra outro travesseiro para dormir em paz.

Se a moral da analogia inicial versa sobre evitar o erro e, quando não possível, trabalhar muito para consertá-lo, na última o segredo parece ser impedir o sono tranquilo do responsável antes da ação. E este é um dos principais esforços centrais presentes nos textos que integram o dossiê *Ciências da Comunicação contra a desinformação*, o primeiro organizado pela Iniciacom, lançado durante o 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), em João Pessoa.

Pelo desafio de construir um dossiê a partir de pesquisas produzidas na graduação, acompanhar o processo de construção desta vigésima terceira edição foi gratificante. Não apenas porque houve a possibilidade de interagir com discussões propostas por jovens pesquisadores e pesquisadoras, mas, principalmente, por estabelecer um processo de sinergia e aproximação com as discussões realizadas ao longo de evento.

Nesse sentido, a edição envolve duas perspectivas: o primeiro bloco é composto por nove textos cujos objetos de investigação estão interligados ao tema do dossiê e do congresso, finalizado com uma entrevista, produzida pelas estudantes Juliana Alves e Geovanna Nascimento, sob orientação das professoras Fabiana Siqueira e Norma Meireles, com o conferencista de abertura do congresso da Intercom, o professor Eugênio Bucci. Por último, o(a) leitor(a) encontra uma sessão de produções científicas que remetem a discussões com foco no campo da comunicação.

### **Ciências da Comunicação contra a desinformação**

O dossiê abre com o texto *As redes sociais e a batalha contra as fake news: estudo da campanha #PrometoPausar da ONU*, de autoria de Ana Beatriz Castelo Branco Soares, com orientação de Joana d’Arc Bicalho Félix. A partir de publicações feitas no Instagram da ONU Brasil, as autoras procuram compreender aspectos sobre disseminação da informação relacionada a campanha. A metodologia utilizada é uma análise de conteúdo, classificando as observações por tipo, além de usar métricas para avaliar as interações.

A partir da teoria da Espiral do Silêncio, Joice Nascimento, Kennedy Carneiro, Yasmin Oliveira e Ingrid Pereira de Assis investigaram tweets de perfis de extrema direita. O texto *Limites da liberdade de expressão: a instrumentalização da Teoria da Espiral do Silêncio para propagar desinformação e discursos de ódio no Twitter* investiga a apropriação desse aporte nos discursos executados nessa rede social. As plataformas digitais de comunicação também estão presentes no texto *A alegoria da caverna e sua relação com a ação dos algoritmos nas plataformas de mídias sociais*, assinado por Ana Clara Lemos, Rafael Simões e Marcela Bastos.

O jornalismo enquanto eixo de sustentação para ações relacionadas à desinformação. Essa é a proposta de Igor Cordeiro, no artigo *Jornalismo Profissional: instrumento de combate à desinformação na era da comunicação digital*. A procura é por mostrar o quanto o jornalismo tem um papel fundamental no embate contra o consumo de conteúdos fraudulentos. Em tema que também dialoga com o jornalismo, mas agora com o on-line, Bárbara Lauria e Patrícia Sena usam de análise do discurso para produzir o texto *O discurso político no jornalismo online do O Imparcial: a democracia digital a partir da interatividade*. O recorte envolve notícias de política publicadas no portal on-line do jornal *O Imperador*, entre 2019 e 2020.

As questões que envolveram a covid-19 foram palco para boa parte do que se produziu a respeito de desinformação, afetando o comportamento das pessoas em relação a pandemia. Os artigos *Teorias conspiratórias sobre covid-19 e o ressentimento: autoengano, impotência e formação de crenças ilusórias*, de Gabriel Gomes e de seu orientador, Paulo Vaz, e *Divulgação da ciência na 2ª onda da pandemia: a cobertura sobre pesquisas científicas da covid-19 no portal D24AM*, de Célia Souza e Cristiane Barbosa, auxiliam a compreensão sobre como publicações falsas em portais da internet e os serviços de checagem atuaram e impactaram as pessoas e suas relações psicossociais.

Fechando os textos que envolvem o dossiê temático, duas questões relevantes são abordadas: *O papel ético das Relações Públicas na desordem da informação: um caminho para a descolonização do olhar*, de Liliane Costa e André Tropiano, e *A Sputnik Brasil como ferramenta de propaganda russa sobre a guerra da Ucrânia*, de Luan Oliveira e Lídia Ramires. No primeiro são discutidas questões sobre práticas profissionais envolvendo Relações Públicas, informação e inclusão social, enquanto no segundo há uma análise sobre a produção de discurso feita a partir dos conteúdos veiculados nos portais G1 e Sputnik Brasil.

Fruto de uma articulação com a coordenação local responsável pela organização do 45º Congresso da Intercom foi produzida uma entrevista com o conferencista de abertura do evento, Eugênio Bucci, que é professor titular na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). O pesquisador, que desenvolve estudos nas áreas de informação e cultura democrática, ética e imprensa, comunicação pública e superindústria do imaginário, aborda na entrevista assuntos como desinformação, atuação das grandes mídias, combate as fake news e a atuação dos jornalistas no contexto da desinformação. Este trabalho, considerado como inovador pelos editores, deverá acontecer a partir de agora também em outras oportunidades – sempre em ação conjunta com a organização de cada congresso.

### **Temas livres**

Sem deixar de abrir espaço para temas gerais, correlacionados às ciências da comunicação, a Iniciacom traz nesta edição seis textos nos quais cinema, resistência, cidadania, memória, telejornalismo e mulheres negras, redes sociais e imagem feminina e visualização de dados são o ponto de partida para suas construções. O primeiro deles, *Ver e aprender o cinema na escola: reflexões e conjecturas sobre a Lei Nº13.006/2014*, de Gabriel Pinheiro, relata como vem evoluindo a aplicação de uma lei que visa exibir filmes nacionais em sintonia com propostas pedagógicas em escolas brasileiras. Já em *Comunicando resistências com João do Crato: pedagogias dissidentes como proposta para a cidadania*, Walisson Araújo constrói um pensamento científico a partir do artista cearense João do Crato sob a ótica de questões pedagógicas e de um repensar da cidadania, a partir do coletivo e da resistência.

A proposta de Marcelo Silva, Gabriel Araújo e Ligia Clemente se efetiva com uma análise que tem como perspectiva memória, comunicação organizacional e os 40 anos da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). O texto *Memória institucional de um campus universitário fora da sede: percursos de organização da memória dos 40 anos da UFMA – campus Imperatriz* é uma construção realizada por equipe multidisciplinar e se efetiva com a aplicação de uma análise documental e de entrevistas semiestruturadas para desenvolver a narrativa sobre a história da Universidade.

Os dois artigos seguintes têm como perspectiva investigações sobre mulheres. No primeiro, *O espaço destinado à mulher negra no telejornalismo: sub-representação nos telejornais*

*brasileiros*, de Laura Abreu e Rosangela Borges, ocorre um mapeamento de âncoras negras nas bancadas de telejornais brasileiros. Já Amanda Silva e Nivea Braga analisam como jovens mulheres percebem a imagem feminina nas redes sociais da internet. Em *Redes sociais e o mito da beleza: um estudo sobre a imagem feminina na era digital*, as pesquisadoras realizam o estudo a partir da conciliação entre análise de conteúdo e entrevistas presenciais.

Por fim, o texto *O que os números contam sobre os municípios? Um modelo de visualização de dados do parecer prévio sobre prestações de contas municipais*”, de Betina Ramos e Tattiana Teixeira, insere-se no universo das prestações de contas municipais para entender o acesso a essas informações e como aprimorar os comunicados finais dos tribunais de contas estaduais em relação às análises feitas pelas prestações de contas de municípios no Estado de Santa Catarina.

Ao término deste texto de apresentação, percebe-se o quanto a Iniciacom tem impactado na construção e na formação de jovens pesquisadores no Brasil. É a contribuição que a Intercom efetiva para fortalecer as ciências da comunicação, oportunizando um espaço de troca, desenvolvimento e pluralidade científica. Fica um forte agradecimento e reconhecimento a quem enviou seu texto, a quem avaliou e a quem faz da ciência um elo de ligação com uma sociedade mais justa, plural e consciente do verdadeiro valor da comunicação na luta contra a desinformação.

Ótima leitura.

---

**REVISTA INICIACOM - VOL. 11, Nº 2 (2022)**

**EXPEDIENTE**

**Editores**

Profa. Dra. Nair Prata (UFOP)

Prof. Dr. Hendryo André (UFPR)

Prof. Dr. Silvio Simon (Univille)

Prof. Me. Flávio Santana (UESPI)

**Comissão Editorial**

Nair Prata (UFOP): Diretora Científica da Intercom

Hendryo André (UFPR): Diretor Científico Adjunto da Intercom

Silvio Simon (Univille): Diretor Científico Adjunto da Intercom

Felipe Pena (UFF): Diretor Editorial da Intercom

Erick Felinto (UERJ): Diretor Editorial Ajunto da Intercom

Genio Nascimento (UAM): Editor Associado

Flávio Santana (UESPI): Editor/Assistente

**Conselho Científico**

O Conselho Científico da Iniciacom é composto pelos coordenadores e vice-coordenadores das Divisões Temáticas do Intercom Júnior e pelas representantes da Diretoria Científica da Intercom:

**IJ01 - JORNALISMO**

Coordenadora: Mayra Fernanda Ferreira (Unesp)

Vice-coordenadora: Jemima Bispo (UFJF)

**IJ02 - PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Coordenador: Diogo Rógora Kawano (IFSULDEMINAS)

Vice-coordenador: Sergio dos Santos Clemente Junior (USP)

### **IJ03 - RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**

Coordenador: Diego Wander Santos da Silva (PUCRS)

Vice-coordenadora: Roseane Andrelo (Unesp)

### **IJ04 - COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL**

Coordenador: José Tarcísio da Silva Oliveira Filho (UFRR)

Vice-coordenador: Andrei Maurey (PUC-Rio)

### **IJ05 - COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA**

Coordenador: João Paulo Hergesel (PUC-Campinas)

Vice-coordenador: Luana Ellen de Sales Inocêncio (UFF)

### **IJ06 - INTERFACES COMUNICACIONAIS**

Coordenador: João Guilherme Peixoto (Unicap)

Vice-coordenador: Vinicius Ferreira Ribeiro Cordão (UFRJ)

### **IJ07 - COMUNICAÇÃO, ESPAÇO E CIDADANIA**

Coordenadora: Suzana Cunha Lopes (UFPA)

Vice-coordenadora: Paula Coruja da Fonseca (UFRGS)

### **IJ08 - ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO**

Coordenadora: Juliana Fernandes Teixeira (UFPI)

Vice-coordenadora: Paula de Souza Paes (UFPB)

### **Contato Principal**

INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Avenida Brigadeiro Luís Antônio, 2.050 - Conjunto 36 – Bela Vista – 01318-002 – São Paulo  
– SP – Brasil

Fone: (11) 91628-5225 / [www.portalintercom.org.br](http://www.portalintercom.org.br)

### **Secretaria Editorial**

Maria do Carmo Barbosa e Genio Nascimento

Fone: (11) 3596-4747 / [secretaria@intercom.org.br](mailto:secretaria@intercom.org.br)

## **DOSSIÊ TEMÁTICO**

---

**As Redes Sociais E A Batalha Contra As Fake News:  
Estudo Da Campanha #PrometoPausar Da ONU**

**Social Media and The Battle Against Fake News:  
Study of the UN's #PledgetoPause Campaign**

Ana Beatriz Castelo Branco SOARES <sup>1</sup>  
Dra. Joana d'Arc Bicalho FÉLIX <sup>2</sup>

**RESUMO**

Tendo em vista a necessidade de compreender como as redes sociais digitais interagem e se relacionam com a sociedade, esta pesquisa tem como objetivo analisar a campanha #PrometoPausar da Organização das Nações Unidas (ONU) no enfrentamento às *fake news* geradas dentro do contexto da pandemia da Covid-19. Para tanto, é necessário compreender como ocorre a disseminação da informação a respeito da campanha e o uso das redes sociais digitais e das ferramentas de comunicação como instrumento de alcance no combate à desinformação. Por meio de uma análise de conteúdo, foram analisadas as publicações do *Instagram* da ONU Brasil datadas de junho a dezembro de 2020, classificadas por tipo de conteúdos no âmbito da campanha e métricas de interações.

**PALAVRAS-CHAVE**

*Fake News*; Redes Sociais; Desinformação; ONU; Verificado.

**ABSTRACT**

In view of the need to understand how digital social networks interact and relate to society, this research aims to analyze the United Nations (UN) #PrometoPausar campaign in the fight against fake news generated within the context of the pandemic. Covid-19. Therefore, it is necessary to understand how the dissemination of information about the campaign occurs and the use of digital social networks and communication tools as an instrument of reach in the fight against disinformation. Through a content analysis, the UN Brazil Instagram posts dated from June to December 2020 were analyzed, classified by type of content within the campaign and interaction metrics.

**KEYWORDS**

Fake News; Social Media; Disinformation; UN; Verified.

---

<sup>1</sup> Recém-graduada em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Brasília (CEUB); e-mail: [castelobrancobea@gmail.com](mailto:castelobrancobea@gmail.com)

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Brasília (CEUB).

---

## INTRODUÇÃO

As redes sociais digitais permitem que os usuários interajam instantaneamente com o restante do mundo, possibilitando o engajamento e o fortalecimento de muitas ações de caráter político e social. A troca de informações acontece rapidamente, o que torna a internet, e no exemplo estudado, as redes sociais, fundamentais em aproximar os atores das interações. Entretanto, por causa da facilidade dessa troca, acontecem as *fake news* – fenômeno com alto grau de desinformação onde informações são compartilhadas sem reconhecimento da veracidade do fato. (BAPTISTA et al, 2019).

Percebendo a importância da disseminação de informações confiáveis, a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou em 22 de junho de 2020 a campanha #PrometoPausar, da iniciativa Verificado, que tem o objetivo de combater às *fake news* geradas dentro do contexto da pandemia da Covid-19. No Brasil, foram registrados pelo Ministério da Saúde, até agosto de 2022, 34 milhões de casos confirmados e 681 mil mortes. O objetivo da campanha é a diminuição dos casos e mortes por meio de informação segura e correta.

Como enfrentar o aumento de *fake news* utilizando as redes sociais digitais? Propõe-se um estudo de caso sobre a campanha #PrometoPausar para compreender como as redes sociais estão sendo utilizadas pela ONU Brasil, no aspecto da campanha citada, para o combate a desinformação. Já os objetivos específicos são analisar o uso das redes sociais da ONU; compreender como ocorre a disseminação da informação a respeito da campanha e discutir o uso das ferramentas de comunicação como instrumento de alcance para o combate às *fake news*.

### 1. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

A campanha estudada, #PrometoPausar, criada pelas Nações Unidas em resposta à crise da Covid-19 para oferecer conteúdos confiáveis, entregando informações que podem salvar vidas, orientações baseadas em fatos e histórias do melhor da humanidade. (ONU BRASIL, 2020). Do período de setembro a novembro de 2021, buscamos observar a forma de comunicação, olhando retroativamente ao período em que a campanha foi lançada.

## 1.1 Histórico da campanha

Verificado é uma iniciativa das Nações Unidas, em colaboração com a Purpose, organização de mobilização social, com o objetivo de oferecer conteúdos confiáveis, entregando informações que podem salvar vidas sobre a Covid-19.

O Departamento de Comunicação Global da ONU, que lidera a iniciativa, fez o lançamento da campanha #PrometoPausar, em julho de 2020, para pedir uma pausa aos usuários da *internet* ao compartilharem informações. Com o slogan "Pare e Pense antes de Compartilhar", a campanha foi compartilhada no Brasil nas redes sociais da ONU (@ONUBrasil) e agências, fundos e programas do sistema das Nações Unidas no Brasil.

Foram compartilhados vídeos rápidos, de no máximo 40 segundos, com informações para desmistificar a Covid-19. Os vídeos obtiveram em média seis mil visualizações.

**Figura 1** – Posts da Iniciativa Verificado



Fonte: ONU BRASIL. Vídeos da iniciativa Verificado. Disponível em: <https://www.instagram.com/onubrasil/>. Acesso em: 11 nov. 2021.

A campanha foi lançada nas redes sociais digitais com recursos de imagens e vídeos. Usa métodos explicados por Corrêa (2008, p. 315), sobre a absorção das mensagens e a construção das narrativas no meio digital. “A conexão à rede para absorção das mensagens, o uso do hipertexto na construção narrativa destas mensagens, agregado ao uso de pelo menos um dos recursos de imagem ou som, e a disponibilidade de recursos de interação com o espaço comunicativo”. A comunicação digital acontece no ato da conexão, na obrigatoriedade da presença na rede.

Com o uso das redes sociais digitais, a campanha procura que os usuários interajam entre si, para ter a proliferação da mensagem. Recuero (2009, p. 55) explica que os laços sociais que acontecem entre os atores são essenciais para a construção das conexões da rede. Assim, a

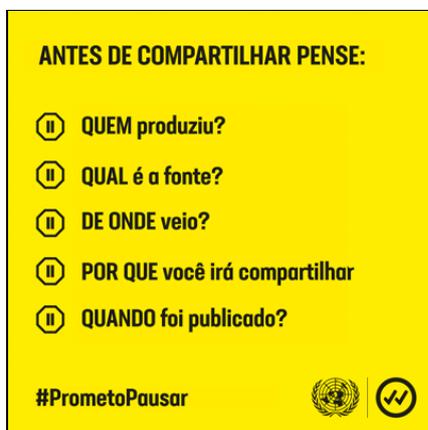
sociedade da informação é consolidada como um ambiente em favor das novas mídias, em vez das formas de comunicação tradicionais, por serem mais velozes e dinâmicas.

A sociedade da informação criou espaço fértil para o que Wolton (2010) chama de incomunicação. Com a enorme facilidade para troca de informações, a comunicação clara, objetiva e certa torna-se cada vez mais escassa. Com isso, percebe-se que existem lados positivos e negativos dessas novas tecnologias. Por um lado, as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) trouxeram a facilidade na troca da informação e maior participação popular em projetos de mobilização social, por outro, veio o aumento das *fake News*, que trouxe consequências severas.

## 1.2 Análise da Campanha

A disseminação da campanha acontece de forma digital pelo site da ONU e redes sociais. No *Instagram*, foi feito o uso de imagens e vídeos com texto, usando o slogan e promovendo a *hashtag* da campanha #PrometoPausar.

**Figura 2** – Campanha #PrometoPausar



Fonte: ONU BRASIL. Imagem da Campanha #PrometoPausar. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CRMA943rri7/>. Acesso em: 20 out. 2021.

As imagens têm a paleta de cores em amarelo e preto com *Call To Action* (CTA), chamando para a ação. Pede-se para pausar antes de compartilhar um conteúdo, pois ele pode ser falso e danoso. A campanha propôs para os usuários compartilharem as imagens com o texto: "A desinformação está prolongando a pandemia. Ao pausar e pensar antes de

---

compartilhar qualquer coisa online, você pode ajudar a salvar vidas. Junte-se a mim, e diga #PrometoPausar!"

Assim, usamos o conceito da sociedade da informação que, como cita Castells (1999, p. 108), "indica o atributo de uma forma específica de organização social em que a geração, o processamento e a transmissão da informação tornam-se fontes fundamentais de produtividade e poder devido às novas condições tecnológicas surgidas nesse período histórico." É nesta realidade que o novo sistema de comunicação promove interação global de produção, cria conexão entre os usuários, forma interações e constrói laços sociais, como explica Recuero (2009).

A ONU lançou em julho de 2020 a versão brasileira do *site* da campanha, com o objetivo de aumentar o alcance de informações precisas e confiáveis sobre a Covid-19 em português. Existe uma página do site da iniciativa Verificado, exclusiva para a campanha Pause.<sup>3</sup> Nela, contém informações, imagens e vídeos para divulgação.

Na página, um vídeo de um minuto e quinze segundos traz as percepções de especialistas de diferentes países sobre a pandemia de desinformação em todo o mundo e o que pode ser feito para ajudar. A mensagem pede uma pausa antes do compartilhamento de um conteúdo que pode conter desinformação.

Ademais, foram feitas parcerias estratégicas para divulgação. A Confederação Brasileira de Rugby apoiou a campanha com o engajamento de atletas das seleções brasileiras feminina e masculina. Eles ajudaram a disseminar mensagens sobre a importância de pausar antes de compartilhar informações. Outra parceria fundamental foi no Campeonato Brasileiro de Futebol, no jogo entre Vasco da Gama e Corinthians.

Os jogadores das duas equipes entraram em campo com uma faixa de divulgação da campanha, representando união pela mesma causa. A faixa veio com a logo "Pause, Pense antes de compartilhar" e a *hashtag* oficial da ação #PrometoPausar.

## **1.3 Resultados da Campanha**

### **1.3.1 O uso das redes sociais digitais pela ONU Brasil**

---

<sup>3</sup> Disponível em: [shareverified.com/pt/prometopausar/](https://shareverified.com/pt/prometopausar/).

Foram compartilhados no Instagram da ONU Brasil treze *posts* sobre a campanha, sendo eles seis vídeos com duração em média de um minuto, cinco *posts* em formatos de *GIFS*, um de imagem com chamadas para a ação "Pause, Pense antes de compartilhar" e um *post* em formato carrossel divulgando três *lives* com especialistas. Abaixo, apresentamos um panorama dos *posts* da campanha separados por tema, tipo e número.

**Tabela 1** – Panorama dos *posts* da campanha

TEMA	TIPO DE POST	Nº DE POSTS
Motivacional-Explicativo	Vídeo	4
Informativo	Vídeo	2
Chamada para a Ação	GIF/Imagem	6
<i>Live</i> com especialistas	IGTV	3

Fonte: elaborado pelas autoras.

A estratégia digital da ONU usou o formato de vídeo para informar os usuários sobre o combate à desinformação. Os vídeos foram separados neste trabalho por duas temáticas: Motivacional-Explicativo e Informativo. O primeiro compõe vídeos que foram feitos para mobilização social com mensagens como "Todos podemos fazer nossa parte para frear a desinformação". O segundo, vídeos de caráter informativo que explicam o que se pode fazer para evitar a desinformação no *WhatsApp*.

Outro tipo de *post* utilizado na campanha é o de Chamada para a Ação, no qual são usados *GIFs* e imagens com o slogan: Pause, Pense antes de compartilhar, seguido da *hashtag* #PrometoPausar. O último tipo de conteúdo identificado são as *lives* com especialistas.

Marques explica sobre a estratégia de proporção de conteúdo. O vídeo pode ocupar boa parte do planejamento de conteúdos e se possível fazer transmissões ao vivo, as *lives*.

[...] Em relação à proporção de conteúdos, deve ser-lhes adequada a dose certa. Por mais que o vídeo seja importante, que é, a imagem continua a ser, normalmente, o conteúdo mais rápido e fácil de consumir – por isso, deve dominar, embora existam exceções em que o vídeo deve ser o principal conteúdo. Em seguida, o vídeo deve ocupar uma boa parte do planejamento de conteúdos. Se for possível, prever a realização de transmissões em direto e, depois, outros tipos de conteúdos, tais como: artigos, links, notas, sondagens e outros. (MARQUES. 2020, p. 129).

Assim, ganha-se autoridade e a confiança dos usuários, como explica Kotler (2017), que pela autoridade que as empresas têm, entende-se que todos os conteúdos compartilhados são verdadeiros.

Foram analisadas as métricas das interações dos conteúdos com base no cálculo de interações de visualizações e curtidas, somadas ao número de comentários. A média compõe o resultado da divisão do número de interações pelo número de *posts* de cada tema.

**Tabela 2** – Métricas das interações da campanha

TEMA	INTERAÇÕES	
	MÉDIA	TOTAL
Motivacional-Explicativo	7168	28674
Informativo	5983	11967
Chamada para a Ação	7134	42809
Live com especialistas	620	1861

Fonte: elaborado pela autora.

Percebe-se que os posts de vídeo e CTA tiveram maior número de interações de. Esse fenômeno é corroborado por Marques (2020, p.78), que entende que ao fazer o planejamento do conteúdo, a mensagem deve ser ajustada para os diferentes públicos e plataformas e ter atenção com a proporção dos formatos de *posts*. Vale ressaltar que o vídeo é um formato preferido nas redes sociais digitais. Junto com a estratégia de colocar Chamadas de Ação para a campanha, o usuário desfruta de conteúdos de valor, ao mesmo tempo que é encorajado para a mudança comportamental.

Sobre estratégia do *marketing* de conteúdo, Kotler (2017, p.175) entende como "uma abordagem que envolve criar, selecionar, distribuir e ampliar conteúdo que seja interessante, relevante e útil para um público claramente definido com o objetivo de gerar conversas sobre esse conteúdo."

Cria-se conexões mais profundas com marcas e consumidores, em comparação com o *marketing* tradicional. O autor explica que o sucesso vem no ato de distribuir aquilo que seja interessante e útil para o público com o objetivo de gerar conversas sobre esse conteúdo.

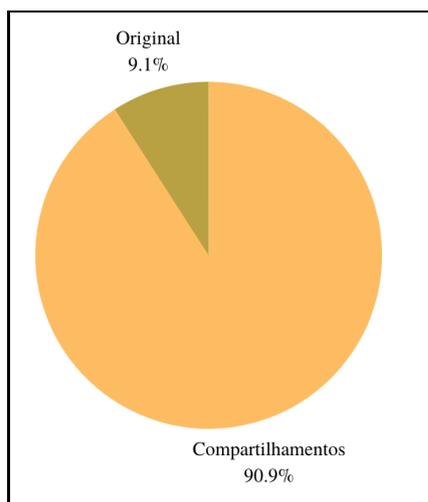
### 1.3.2 A disseminação da informação a respeito da campanha

A campanha #PrometoPausar teve impacto em nível nacional e internacional. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), nos primeiros três meses de 2020 quase 6.000 pessoas tiveram que ser hospitalizadas por conta da desinformação sobre a pandemia. Um estudo feito no Reino Unido e nos Estados Unidos, realizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), concluiu que a campanha "pode trazer a mudança de comportamento necessária para parar a disseminação de desinformação."

O estudo constatou que as pessoas que conheciam a campanha tinham menor probabilidade de partilhar *fake news*. O simples ato de fazer uma pausa para questionar a "origem, credibilidade, relevância e veracidade de qualquer informação antes de compartilhá-la em telefones, computadores e plataformas de mídia social, reduziu significativamente a propensão das pessoas a compartilhar informações incorretas." (ONU, 2021).

Analisamos na plataforma *Keyhole* de novembro de 2020 a novembro de 2021 sobre a *hashtag* #PrometoPausar. Nesse período foram publicados 80 *posts* com a *hashtag* na região da América Latina e Caribe. Os números demonstram 386 engajamentos e um alcance de 2.002.347 pessoas.

**Figura 4** – Gráfico pizza sobre *posts* usando #PrometoPausar



Fonte: elaborado pela autora.

O gráfico mostra a proporção de *posts* originais publicados pela ONU em comparação com o compartilhamento desse conteúdo pelos usuários. Kotler (2017) explica que os usuários

---

veem as afirmações feitas pelas marcas e sentem confiança pela autoridade que elas possuem. Assim, escolhem quais conteúdos vão consumir e compartilhar.

Forma-se o que Castells (1999) entender por um novo sistema de comunicação que promove a interação global da produção. Isso se dá porque as redes sociais digitais modificam comportamentos e relacionamentos, como explicado por Martha Gabriel (2010). Segunda a autora, as redes são uma das formas de comunicação que mais crescem e difundem-se globalmente, modificando comportamentos e relacionamentos. Mas não se pode esquecer que a essência das redes sociais é a comunicação, e as tecnologias são os elementos que incentivam e facilitam as interações e o compartilhamento dos conteúdos.

### **1.3.3 Ferramentas de comunicação para o combate à desinformação**

A Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) alertou para a forte interferência da desinformação nas taxas de imunização no continente americano nos últimos anos. (OPAS, 2018 *apud* TEIXEIRA, 2020). A Unesco falou de uma emergência da desinformação que configura a desinfodemia (UNESCO *apud* ZATTAR, 2020, p. 6). Como conceitua Wardle (2019), *misinformation* é o compartilhamento inadvertido de informações falsas e desinformação é a criação deliberada e o compartilhamento de informações sabidamente falsas.

Assim, percebe-se que as ferramentas que a ONU usou na campanha para o combate às *fake news* foram uma estratégia de combater fogo com fogo. As redes sociais são o maior ambiente fértil para a proliferação de desinformação, conseqüentemente se tornando o lugar ideal para a primeira campanha de combate às *fake news*. Falcão (2021) explica como a *internet* tornou possível para um grande número de pessoas exercerem papéis de criador e disseminador de conteúdos e também aumentou o espalhamento de *fake news*.

Como análise geral, relacionado o que é pedido pelos autores que é encontrado na campanha estudo de caso #PrometoPausar, tem-se a tabela abaixo.

**Tabela 3** – Resumo das estratégias usadas na campanha

ESTRATÉGIAS	USADO	NÃO USADO
Produção de conteúdo original	x	
Conteúdo em vídeo	x	
Transmissão em direto	x	
Ampliação do conteúdo		x
Mix de canais	x	
Responder comentários		x
Criação de conversas	x	

Fonte: elaborado pela autora

Foram usadas técnicas de *marketing* de conteúdo com estratégias digitais, como corrobora Marques (2020), sobre como planejamento de conteúdo eficaz para uma campanha de comunicação usando as redes sociais digitais. O autor indica o uso de conteúdo em vídeo e transmissão em direto, *lives*, duas estratégias usadas na campanha. Outra indicação é a ampliação do conteúdo, com a produção de artigos, links, notas, sondagens, etc. A campanha não aderiu essa estratégia.

Fez-se bastante o uso de produção de conteúdo original, como corrobora Kotler (2017), como técnica para o *marketing* de conteúdo. A campanha conseguiu a criação de conversas na mídia tradicional e em *blogs* na *internet* sobre o assunto, surgiu uma preocupação com o tópico das *fake news* chegando na academia, com a pesquisa do MIT, citada anteriormente.

Porém, o perfil da ONU Brasil não fez engajamento com os seus próprios usuários. Não existiu interação direta com respostas aos comentários escritos pelos usuários nos *posts* da campanha. Foi feito o *mix* de canais, pela divulgação nos canais oficiais da ONU (*site* e redes sociais) e mídia patrocinada, como exemplo do banner no jogo entre Vasco da Gama e Corinthians, citado anteriormente.

Em suma, se tornou a primeira campanha mundial de mudança de comportamento sobre desinformação que visa à mobilização social. Foi um sucesso e dela foram geradas outras campanhas da iniciativa Verificado como #SomenteJuntos e #CadaUmDeNós com objetivos similares de combater as *fake news* usando diferentes abordagens.

A pandemia do coronavírus trouxe diversos desafios para a humanidade. A campanha da ONU, analisada neste trabalho como estudo de caso, se propôs a combater essa

---

desinformação, e apesar de não utilizar todas as técnicas à disposição, a campanha conseguiu passar a mensagem para um grande número de pessoas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho compreende como as redes sociais estão sendo utilizadas pela ONU Brasil, para o combate às *fake news*, a partir de um estudo de caso da campanha #PrometoPausar. Assim, foram analisadas algumas estratégias de comunicação digital e *marketing* de conteúdo.

A ONU faz o uso de diferentes formatos de *post* disponíveis nas redes sociais e entende o alto valor do uso dos vídeos com o uso de *posts* com Chamada para a Ação (CTA), formando uma conexão de confiança com os usuários.

Para este trabalho foi usada a metodologia de estudo de caso, utilizando conteúdos bibliográficos e pesquisa documental. Do período de setembro a novembro de 2021, buscou-se observar a forma de comunicação, olhando retroativamente ao período em que a campanha foi lançada. Foram coletados dados sobre os *posts* da campanha e *clipping* da aparição da *hashtag* #PrometoPausar nas redes sociais no último ano.

Diante da metodologia proposta, como continuidade deste estudo, sugere-se ser realizado uma pesquisa qualitativa mais aprofundada, utilizando entrevistas com os usuários da ONU Brasil. Recomenda-se para as próximas pesquisas a utilização de coleta de dados qualitativos para aprofundar a temática tratada neste trabalho.

## REFERÊNCIAS

ALBRIGHT, Jonathan. Welcome to the Era of Fake News. **Graduate School of Journalism**, Columbia University. v. 5, p. 87-89, 2017.

BAPTISTA, Erica Anita *et al.* A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. **Lumina**, Juiz de Fora v. 13, n. 3, p. 29-46, set./dez. 2019.

BOBERG, Thorsten; SCHATTO-ECKRODT, Tim. **Fake News**. The International Encyclopedia of Journalism Studies. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. São Paulo: Zahar, 2003.

---

CIRIBELLI, J; PAIVA, V. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado.** Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/509> . Acesso em: 21 set. 2021.

CORRÊA, Elizabeth Saad. Reflexões para uma epistemologia da comunicação social. **Observatório Journal**, v. 4, 2008.

CORRÊA, Elizabeth Saad. A Comunicação Digital nas organizações: tendências e transformações. **Organicom**, ano 6, n. 10, 2009.

EBC. **Campanha da ONU contra fake news entra em campo, antes do futebol.** Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/esportes/audio/2020-10/campanha-da-onu-contra-fake-news-entra-em-campo-antes-do-futebol>. Acesso em 21 out. 21.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Coronavírus Brasil3.** Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 15 ago. 22.

FALCÃO, Paula. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. **Reciis**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 55-71, jan./mar. 2021.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital.** São Paulo: Novatec Editora, 2010.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital.** Editora Sextante, 2017.

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

LEMOS, André. **Ciber-sociabilidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Salvador: UFBA, Centro de Estudos e Pesquisa em Cibercultura, 1997.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LONGO, Walter. **Marketing e Comunicação na Era Pós Digital: As regras mudaram** São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

MARQUES, V. **Redes Sociais 360.** Grupo Almedina (Portugal), 2020. 9789896946555. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9789896946555/>. Acesso em: 15 Nov. 2021

MONTEIRO, Luís. **A Internet como meio de comunicação: Possibilidades e limitações.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. **Anais**. [...]. São Paulo: Intercom, 2001.

WARDLE, C. **Fake news: It is complicated.** First Draft. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>. Acesso em: 18 set. 2021.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

ZATTAR, Mariana. **Competência em Informação e Desinfodemia no contexto da pandemia de Covid-19.** Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, e5391, 2020. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/5391>.

---

**Limites da liberdade de expressão: a instrumentalização da Teoria da Espiral do Silêncio para propagar desinformação e discursos de ódio no Twitter**

**Freedom of expression's limits: the Spiral of Silence Theory's use to propagate disinformation and hate speech on Twitter**

Joice Danielle NASCIMENTO<sup>4</sup>

Kennedy CARNEIRO<sup>5</sup>

Yasmin OLIVEIRA<sup>6</sup>

Ingrid Pereira de ASSIS<sup>7</sup>

**RESUMO**

O presente artigo analisa de que forma a extrema direita se apropria da Teoria da Espiral do Silêncio para alegar que são vítimas de perseguição e silenciamento e, assim, usar a internet para atacar minorias e propagar o livre cometimento de crimes. Como *corpus*, selecionou-se tweets de perfis da extrema direita que indicam inconsistência na interpretação da teoria supracitada e do conceito de liberdade de expressão.

**PALAVRAS-CHAVE**

Espiral do Silêncio; liberdade de expressão; discurso de ódio; desinformação.

**ABSTRACT**

This article analyzes how the extreme right appropriates the Spiral of Silence Theory to claim that they are victims of persecution and silencing and, thus, use the internet to attack minorities and propagate the free commission of crimes. As a corpus, tweets from extreme right profiles were selected that indicate inconsistency in the interpretation of the aforementioned theory and the freedom of expression's concept.

**KEYWORDS**

Spiral of Silence; freedom of expression; hate speech; disinformation.

---

<sup>4</sup> Estudante de do 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT); e-mail: [joicedanielle.nascimento@gmail.com](mailto:joicedanielle.nascimento@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT); recém-graduado em Direito pela Universidade Luterana do Brasil (Ulbra); em História pela Unopar; e em Filosofia pela Universidade Federal do Tocantins (UFT); e-mail: [k.maio22@hotmail.com](mailto:k.maio22@hotmail.com)

<sup>6</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT), E-mail: [yasmim9.2007@gmail.com](mailto:yasmim9.2007@gmail.com)

<sup>7</sup> Orientadora do artigo. Professora adjunta do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT), jornalista e doutora em Jornalismo; e-mail: [ingrid.assis@mail.uft.edu.com](mailto:ingrid.assis@mail.uft.edu.com)

---

## INTRODUÇÃO

A teoria da Espiral do Silêncio, cunhada pela filósofa e cientista política alemã Elizabeth Noelle-Neumann, começou a ser desenvolvida em 1974, a partir de um artigo publicado pela autora, intitulado *The spiral of silence: a theory of public opinion*. Desde então, o conceito foi estruturado até ser publicado como um livro, em 1980, na Alemanha. A ideia central é que as pessoas estão mais predispostas a exprimir publicamente as suas opiniões, quando pressentem que a maioria está ou estará ao seu lado. Por outro lado, tendem a se silenciar e serem cautelosas, quando creem que estão do lado de uma minoria, por meio de uma sondagem da opinião pública (ALEXANDRE, 2017).

No Brasil, a tradução de *A Espiral do Silêncio* só foi publicada em 2017 e faz parte de um esforço travado pela extrema direita brasileira para embasar seus discursos em teorias clássicas. Segundo Soares (2020), o que a tradução da obra deixa passar, é a relação de proximidade de Noelle-Neumann com o regime nazista<sup>8</sup>. Além de escrever para um semanal nazista, ela publicou um artigo no qual defendia que os judeus dominariam a mídia americana, algo que também reforça na primeira edição do livro. Esta informação é de suma importância para este artigo, que tem o propósito compreender de que modo figuras emblemáticas do conservadorismo de extrema direita brasileira usam tal teoria como escudo para propagar desinformação e discurso de ódio. Com isso, pretende-se demonstrar como a teoria é apropriada para gerar e fortalecer uma interpretação equivocada do conceito de liberdade de expressão. Sendo assim, a submissão a um dossiê, que tem como tema “Ciências da comunicação contra a desinformação”, mostra-se pertinente.

Metodologicamente, baseou-se em uma coleta assistemática de tweets de influenciadores e figuras políticas de dada relevância, no Twitter, para, a partir deles, realizar uma análise fundamentada teórica e historicamente em produções de pesquisadores que se voltam a investigar o fenômeno da ascensão da extrema direita brasileira, bem como os que analisam a liberdade de expressão, por meio de bases legais. Portanto, compõem o *corpus* da

---

<sup>8</sup> O sociólogo Bogart (1991) aponta momentos em que a autora “citou com entusiasmo” o ministro da propaganda nazista, Joseph Goebbels, na primeira edição do livro. Ele destaca trechos nos quais ela relativiza o tratamento conferido aos judeus na Alemanha e que apontam proximidades com o regime nazista. Já Hohlfeldt (2007) destaca em artigo que a pesquisadora foi forçada a se exilar da Alemanha pelos nazistas.

---

pesquisa seis tweets feitos por influentes nomes que partilham assumidamente dos discursos da extrema direita brasileira e do conservadorismo, dentro de um marco temporal que corresponde de março de 2019 a novembro de 2021. Os critérios para a escolha desses tweets perpassa os fatores: interpretação equivocada do conceito de liberdade de expressão, propagação de desinformação e de discurso de ódio, repercussão dos posts na rede social em questão e em outras mídias e, por fim, representatividade do perfil na rede social delimitada.

## REFERENCIAL TEÓRICO

Faz-se necessário contextualizar a Teoria da Espiral do Silêncio, ainda que brevemente, para amparar a análise que virá a seguir. Hohlfeldt (2007, p. 220) classifica a demoscopia, área de pesquisa desenvolvida pela alemã Elisabeth Noelle-Neumann, como “uma das mais importantes e curiosas”. Em diferentes estudos, a pesquisadora ressalta o papel dos jornalistas e das mídias em produzir o que chama de consonância irreal. Para ela, a mídia produz esse efeito de concordância coletiva com relação a um assunto por ser uma “eficiente modificadora e formadora de opinião a respeito da realidade” (HOHLFELDT, 2007, p. 221). Segundo este autor, tal influência estaria relacionada ao fator de acumulação, mencionado por outras teorias, mas que para Noelle-Neumann ganha novos contornos. “Esta influência, ao contrário do que se dissera nas últimas décadas, não se limitava apenas ao sobre *o quê pensar ou opinar*, como afirmava a hipótese de agenda, mas também atingiria *o quê pensar ou dizer*” (HOHLFELDT, 2007, p. 222, grifos do autor).

A preocupação da autora quanto ao que pensar e dizer se dá, principalmente, sobre questões políticas. A curiosidade científica de Noelle-Neumann recai sobre como se forma um consenso, que, para ela, é a base dos governos. É no processo de produção de consenso que opiniões são caladas por inibição da maioria e se forma a chamada Espiral do Silêncio. De acordo com a autora, um dado contexto pode levar as “pessoas a expressar suas opiniões ou permanecer em silêncio até que, em um processo em espiral, um ponto de vista passou a dominar a cena pública e o outro desapareceu” (NOELLE-NEUMANN, 1995, p. 12).

Um fenômeno social marcante nos dias atuais é a apropriação deste conceito de Espiral do Silêncio, para a defesa de opiniões que se distanciam do saber científico e da perspectiva de

um processo civilizatório. Isso fica claro no que diz respeito às diversas opiniões reverberadas nas redes contra a vacinação da Covid-19. A extrema direita conduziu a pandemia para a polarização política, disseminando discursos negacionistas e, até mesmo, criando teorias conspiratórias em relação às vacinas estrangeiras.

No Brasil, a má administração da crise sanitária foi acompanhada por discursos negacionistas, que diminuíram a gravidade da doença e disseminaram fortemente a desinformação, popularmente chamada de *fake news*, sobre medicamentos e tratamentos precoces, que, supostamente, “combateriam o vírus”. Alinhados a essa perspectiva, simpatizantes da extrema direita usaram suas redes sociais para difundir inverdades sobre os imunizantes e incentivar movimentos antivacina (antivax). No ano de 2020, a média de engajamento da desinformação foi maior que a dos conteúdos verificados, dado o seu potencial de viralização na pandemia (MASSARANI; LEAL; WALTZ; MEDEIROS, 2021).

Vale ressaltar que os autores supracitados focam na mesma rede social deste artigo: o Twitter. Eles articulam a pesquisa realizada com um estudo anterior, que já demonstrava que a desinformação tem 70% mais chance de ser compartilhada nesta rede. Tais conteúdos circulam seis vezes mais rápido do que informações verificadas (VOSOUGHI et al. 2018).

Ainda assim, é importante frisar que discursos como o antivax são abundantemente encontrados em diferentes redes e ganham visibilidade através de polêmicas, alimentam-se tanto das concordâncias quanto das opiniões contrárias. Desse modo, conseguem fazer barulho por meio de um processo de viralização. Como exemplo disso, coletou-se o seguinte post feito pelo criador de conteúdo e jornalista de direita Bernardo Pires Kuster, no Twitter: “A extrema-imprensa e a torcida do vírus fazem um escarcéu em função dos efeitos colaterais da cloroquina, remédio mais velho que o chão, mas não hesitam nem um pouquinho em abaixar as calças para serem cobaias de vacina chinesa produzida às pressas por comunistas” (KUSTER, Bernardo (@bernardopkuster), 2020, s/p). O público que o acompanha, rapidamente viralizou suas palavras, que chegaram a ser compartilhadas mais de 2 mil vezes<sup>9</sup>.

Mesmo com meses de desenvolvimento das vacinas por vários países e a comprovação das suas eficácias, muitos *posts* questionando a necessidade da vacinação são encontrados no

---

<sup>9</sup> Até 12 de novembro de 2021, data em que o post foi coletado. Voltou-se à página, para atualizar os dados da publicação, no entanto, a conta em questão foi retirada pelo Twitter Brasil, atendendo a uma demanda legal.

Twitter, inclusive fazendo conexão discursiva entre a vacina e o comunismo. Não é difícil achar diversas desinformações sobre os imunizantes, como, por exemplo, que um dos efeitos colaterais seria o ataque cardíaco, ou, até mesmo, que a CoronaVac, vacina chinesa testada no Brasil, implantaria um chip de monitoramento em quem a tomasse.

A vacinação, no Brasil e no mundo, avançou e medidas para conter uma nova disseminação foram adotadas, entre elas, a comprovação de vacinação para entrar em estabelecimentos. Essas exigências geraram revolta entre os apoiadores do presidente Jair Messias Bolsonaro (PL), que veem isso como uma afronta ao direito de liberdade individual. Este discurso foi propagado no Twitter pelo deputado federal, Eduardo Bolsonaro, filho do presidente, que fez o seguinte post, em junho de 2021: “Viciado em crack não pode ser compulsoriamente tratado, mas você tem que ser obrigado a tomar vacina. Complicado...” (BOLSONARO, Eduardo (@BolsonaroSP); 2021, s/p)<sup>10</sup>.

O deputado Eduardo Bolsonaro foi uma das figuras políticas que mais fez uso do Twitter como ferramenta de divulgação da desinformação sobre a pandemia<sup>11</sup>. Os discursos que colocam em risco a saúde pública devem ser combatidos e não aceitos como liberdade de expressão. A desinformação não é um fenômeno recente, mas, aliada às plataformas digitais, pode produzir um efeito devastador, em um cenário de pandemia. Isso porque o alcance e a velocidade de propagação deste conteúdo são potencializados gigantescoamente. Ademais, o modelo de comunicação “todos para todos”, estabelecido pela internet, vai colocar em xeque padrões de autoridade “alguns críticos até temem que a Internet mine todas as formas de ‘autoridade’, afete negativamente o comportamento e ameace a segurança individual e coletiva.” (BURKE, 2004, p. 14). No panorama desenhado aqui, a autoridade científica é questionada diariamente pelo movimento antivax e com consequências desastrosas. Além da demora na aquisição das vacinas, o país teve que lidar com um profundo negacionismo com relação às medidas sanitárias, como o distanciamento, uso da máscara e do álcool em gel. Não coincidentemente, até o fechamento deste artigo, foram registradas 666.727 mortes<sup>12</sup> por Covid-

---

<sup>10</sup> Em 12 de novembro de 2021, data que o post foi coletado, a publicação somava 15 mil curtidas. No dia 8 de junho de 2022, data do fechamento deste artigo, o post em questão já ultrapassa as 27 mil curtidas.

<sup>11</sup> Em investigação realizada por Gehrke e Benetti (2021), foram analisados 407 textos classificados como falsos por agências de *fact-checking*. As pesquisadoras identificaram que estavam no entorno do presidente os atores que espalharam mais desinformação sobre a pandemia, tais como Osmar Terra e os filhos de Bolsonaro.

<sup>12</sup> Dado coletado no dia 31 de maio de 2022.

---

19. O país estava liderando o *ranking* diário mundial de novos casos e novas mortes por Covid-19, segundo dados da plataforma *Our World In Data*.

Para manifestarem opiniões como esta, sem embasamento e anticientífica, os indivíduos da extrema direita se valem do conceito de “liberdade de expressão” irrestrita e se apropriam do conceito de Espiral do Silêncio, colocando-se como vítimas de um processo de silenciamento. Entretanto, a defesa de tais premissas é, acima de tudo, resultado de um frágil exercício hermenêutico. Visando avançar no tema e demonstrar isso, faz-se necessário, primeiro, entender o que é liberdade de expressão. Para o ordenamento jurídico brasileiro, a liberdade de expressão está garantida em dois artigos: no Art. 5º da Constituição Federal, que diz “é livre a manifestação de pensamento, sendo vedado o anonimato”; e no Art. 220 que veda “toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística”. De uma perspectiva histórica, a primeira menção que temos de um direito de expressão positivado ocorreu em outubro de 1776, com a Declaração da Virgínia, durante o processo de independência dos Estados Unidos da Américas. Alguns anos mais tarde, precisamente em 1789, textos com o mesmo teor estariam presentes na Declaração dos Direitos dos Homens, durante a Revolução Francesa. A defesa da possibilidade de expressar opiniões livremente foi tema presente na obra de pensadores iluministas como Locke, Stuart Mill e Voltaire. Algumas vertentes do pensamento filosófico e jurídico chegam a classificar a “livre expressão” como um direito natural, ou seja, um direito inerente ao ser humano, mesmo que não haja positivação sobre o assunto. A proteção da liberdade de expressão está associada à garantia da dignidade da pessoa humana, que protege todo ser humano de tratamento degradante e discriminatório.

É preciso entender que a garantia da liberdade de expressão e do pensamento está vinculada diretamente à autonomia humana, além de ser fator fundamental na manutenção de estados democráticos de direito. É na garantia do “livre expressar-se” que direitos como a liberdade de comunicação, de opinião, de imprensa, de radiodifusão, artística, científica e muitos outros se encaixam. Há, nas garantias constitucionais da livre manifestação do pensamento, o direito nuclear das liberdades comunicativas.

Valendo-se de um direito tão valioso e fundamental, extremistas de direita aproveitam tais garantias normativas para tentarem validar seus discursos de crime. É preciso deixar claro que “discurso de ódio” não está abrangido pelas garantias constitucionais da liberdade de

expressão. Para que se entenda melhor esta falsa dualidade “discurso de ódio x liberdade de expressão”, é necessário esmiuçar os “limites normativos da liberdade de expressão”. Mesmo sendo tão fundamental, o direito de se expressar também precisa de limites. Partindo-se da premissa de que as leis contidas em um ordenamento jurídico necessitam ser harmoniosas, os limites e exceções para cada regra também existirão e isso vale mesmo para normas de caráter pétreo e fundamental, como é o caso das garantias de liberdade de expressão.

Algumas hipóteses legais restritivas à liberdade de expressão, em nosso ordenamento jurídico, são: perjúrio, ameaças, subornos, disseminação de pornografia infantil, assédio sexual, calúnia, injúria, difamação, crimes de racismo, apologia ao crime, propaganda enganosa e abusiva, dentre outros. Ou seja, não se pode valer do direito fundamental da liberdade de expressão para a prática de crimes. Para a constituição e desenvolvimento de uma sociedade salutar, democrática, livre e harmoniosa, manifestações de intolerância não devem ser admitidas. Manifestações de caráter criminoso violam princípios fundamentais da convivência social, como os da igualdade e da dignidade. Em outras palavras, não se pode valer de um direito fundamental para ameaçar outro direito fundamental.

O discurso proferido por radicais de extrema direita, que se escondem atrás da Teoria da Espiral do Silêncio, para colocar em prática seus discursos de ódio, tende a ignorar os limites previstos no próprio ordenamento jurídico. O chamado *hate speech* é um tema tratado no mundo e várias posições já foram tomadas para frear posicionamentos claramente criminosos, como aponta o jurista Carlo José Napolitano (2017, p. 313-312): “A posição de não admissão do *hate speech* vem marcada em diversos instrumentos internacionais de direitos humanos”.

Um caso prático ajuda a compreender melhor, o do ex-secretário de Turismo de Maceió, Ricardo Santa Ritta, que, em junho de 2021, resolveu tuitar a seguinte frase: “Hoje descobri que usar qualquer elemento com a ‘suástica’ é crime federal no Brasil. Pensava que a liberdade de expressão permitisse” (RITTA, Ricardo Santa (@RicardinhoSR), 2021, s/p)<sup>13</sup>. Para o então secretário, filiado à época ao Partido Democrático Trabalhista (PDT), o uso de símbolos que fazem referência ao nazismo era uma liberdade de expressão personalíssima e livre de cada indivíduo. O artigo 1º da Lei 7.716/89 é claro ao tratar como crime “fabricar, comercializar,

---

<sup>13</sup> Post coletado em 17 de junho de 2021. Após a repercussão do caso, Ricardo Santa Ritta apagou sua conta na rede social em questão.

distribuir ou veicular símbolos, emblemas, ornamentos, distintivos ou propaganda que utilizem a cruz suástica ou gamada, para fins de divulgação do nazismo”. Para além do desconhecimento do Direito Penal, Santa Ritta ignorou os limites da liberdade de expressão. Com posicionamentos assim, extremistas de direita dão continuidade à manutenção de um constante estado de violência, ao proferirem e normalizarem discursos com teor ofensivo e segregacionista. Silva (2011, p. 445-468) aponta que: “O ‘discurso de ódio’ revela-se pelo conteúdo segregacionista, discriminatório dirigido às pessoas que compartilham de alguma característica que as tornam componentes de um grupo, ou seja, o discurso de ódio estabelece a superioridade do emissor e a inferioridade do atingido”.

O discurso de ódio representa uma ameaça a grupos minoritários (ainda que de expressiva relevância quantitativa, mas sem acesso à plena cidadania, sobretudo, por processos históricos de invisibilização). Por colocar em risco a segurança de tais grupos, o ordenamento jurídico do país repudia e proíbe qualquer tipo de manifestação que possa causar algum esbulho social. Percebam que proteger tais grupos é garantir que esses indivíduos tenham plena proteção do direito fundamental da dignidade da pessoa humana.

Os propagadores de discursos de ódio se escondem atrás da Teoria da Espiral do Silêncio e ignoram o papel do Estado Social como garantidor dos direitos fundamentais de grupos historicamente marginalizados e perseguidos. Para eles, ações voltadas para a manutenção da dignidade humana desses grupos são reduzidas ao que pejorativamente classificam como “mimimi”. Os extremistas consideram que a aplicação de direitos e garantias de grupos marginalizados encolhe seu direito à livre expressão. Por vezes, tratam as políticas voltadas para esses grupos como “vitimismo”.

Para exemplificar outro caso de desconhecimento dos limites da liberdade de expressão, pode-se citar o do youtuber “Monark”. Bruno Aiub, também conhecido como Monark, é um homem de 31 anos que ficou conhecido na internet por *streamar* jogos como *Minecraft* e *Dota 2*. Ele foi um dos apresentadores do maior “*videocast*” do Youtube, o Flow Podcast, sendo retirado do programa após um comentário antissemita. Antes desse episódio, ele já havia escrito o seguinte tweet: “Ter uma opinião racista é crime?”<sup>14</sup> (AIUB, Bruno Monteiro (@monark),

---

<sup>14</sup> Post coletado em 10 de novembro de 2021. Até 8 de junho de 2022, data do fechamento deste artigo, a publicação recebeu 4.258 curtidas e mais de 38.900 retuítes com comentários.

---

2021, s/p). Bruno Aiub, ou Monark, tentou relativizar o racismo (crime) tencionando com um questionamento sem razoabilidade sobre uma possível liberdade de expressão absoluta. Ele é um exemplo de pessoa que, diariamente, abraça-se às premissas da Teoria da Espiral do Silêncio para produzir, na internet, discurso de ódio. Dizendo-se preocupado com um possível amordaçamento de cidadãos por parte do Estado e de grupos privados com grande concentração de capital, Bruno Aiub leva até às últimas consequências o conceito de “máxima liberdade de opinião”, mesmo que enseje em crimes como o racismo.

Vale explicar que o racismo parte de um pressuposto de hierarquia entre “raças”, criando mecanismos sociais e políticos de repressão e hostilidade perante as “raças” consideradas inferiores. A perspectiva racista fortalece a ideia de que um povo é superior a outro por suas características específicas e “naturais”. Segundo essa premissa, um povo pode e deve ser escravizado ou subalternizado porque é menos humano (ou sequer é humano), pois representa risco de contágio da degeneração e declínio civilizacional. Conforme frisa Sueli Carneiro (2011, p. 15): “Se alguns estão consolidados no imaginário social como portadores de humanidade incompleta, torna-se natural que não participem igualmente do gozo pleno dos direitos humanos”. Essa frase do Monark na defesa do racismo parte de uma percepção, consciente ou inconsciente, de que vale uma opinião que retira os direitos do outro, tendo em vista que o outro não é notado como humano.

A denúncia e julgamento de mensagens que fazem alusão a discursos de ódio precisam ganhar espaço no debate público. A banalização de comentários racistas, homofóbicos, misóginos e transfóbicos, deve ser freada nas redes sociais. Na prática, a conscientização de que a internet não é uma terra sem lei e que discursos de ódio necessitam ser combatidos, precisa vir acompanhada da construção de políticas públicas voltadas à inclusão das vozes historicamente excluídas e soterradas na esfera pública. Afinal, o que: “...convencionamos chamar de Brasil (um país, uma nação, uma sociedade, uma cultura etc.) é o resultado simbólico e material (objetivo) de séculos de disputas e guerras de conquista territorial, de genocídios de populações originárias, imigrações voluntárias e forçadas” (FREIXO, 2019, p. 60). Desse modo, é preciso um esforço conjunto, a partir de diferentes vertentes (jurídicas, simbólicas, educativas etc.), no sentido de conscientizar e erradicar práticas que solapam e deslegitimam os processos históricos vivenciados por tais grupos.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

A apropriação da teoria da Espiral do Silêncio pelos representantes do conservadorismo no Brasil não é um fenômeno que se restringe apenas ao contexto das redes sociais. Soares (2020, p. 175), ao fazer uma análise intertextual da tradução da obra de Noelle-Neumann, realizada pela editora Estudos Nacionais, cujo responsável é Cristian Derosa, constatou que a edição brasileira de *A Espiral do Silêncio*, além de ter em seus elementos paratextuais vários equívocos teóricos, também apresenta como um de seus principais objetivos “emancipar uma população oprimida pela ‘ideologia do politicamente correto’”. Essas publicações encontram amplo espaço de acolhimento entre os partidários da ideologia conservadora e da extrema direita brasileira, que acreditam ter o direito à liberdade de expressão cerceado pelas narrativas científicas e históricas realmente embasadas, documentadas e sustentadas por pesquisas sérias. Sendo assim, dentro do contexto das redes sociais, usam a teoria da Espiral do Silêncio para sustentar o discurso de que estão sendo silenciados, enquanto defendem um revisionismo inconsistente cientificamente, por isso, é comum perceber também um forte ataque às universidades que produzem pesquisas sérias.

Os conservadores defendem, enfaticamente, que são vítimas do que chamam de “Espiral do Silêncio às avessas”, o oposto da tese cunhada por Noelle-Neumann. Enquanto, na Teoria da Espiral do Silêncio, os indivíduos tendem a esconder suas opiniões quando sentem que estão do lado de uma minoria, na versão dos conservadores da extrema direita, a minoria é responsável pelo silêncio da maioria, por meio do “cancelamento” (NOELLE-NEUMANN apud ALEXANDRE, 2017). Eles argumentam que a minoria, “defensora do politicamente correto”, está se apropriando de lutas sociais e de mecanismos como a distribuição automatizada de conteúdos proporcionadas pelas redes, para difundir suas ideologias e constranger publicamente quem tenta emitir uma opinião “sincera”. Assim, esse discurso forma a base da ideia de ataque à liberdade de expressão. É exatamente nesse ponto que este grupo passa a considerar comentários homofóbicos, machistas, racistas, misóginos, mentirosos e, até mesmo, com alto teor de ameaça, como meras opiniões, que deveriam ser encaradas como a simples manifestação de sua liberdade de expressão.

---

O próprio Cristian Derosa, tradutor responsável pela “versão brasileira” de *A Espiral do Silêncio*, explica essa visão controversa do conceito de liberdade de expressão, em um artigo no blog Estudos Nacionais, um braço da editora Estudos Nacionais. No texto, ao comentar uma matéria da revista *Veja* sobre os *haters*, além de acusar a publicação de incitar a perseguição à livre opinião, De Rosa (2017, s/p) afirma que: “O que chamam de preconceito racial, social, sexual e bullying, assim como denunciam ataques sofridos por celebridades (como se celebridades fossem midiaticamente indefesas), é na verdade a opinião sincera”.

Munidos desse discurso, os adeptos se utilizam de redes sociais como o Twitter para, supostamente, romper com a “Espiral do Silêncio invertida”. Não é difícil encontrar perfis na rede social em questão, que publiquem conteúdos com teor ofensivo, preconceituoso, além de desinformativo. Um exemplo disso são os tweets feitos pelo autointitulado filósofo, Olavo de Carvalho, falecido no dia 24 de janeiro, após receber diagnóstico de Covid-19. Além de ter sido um dos principais defensores do conservadorismo no Brasil, Olavo também foi um dos legitimadores do discurso de que existe uma Espiral do Silêncio invertida e propagador de desinformação com relação à pandemia de Covid-19. Percebe-se que a teoria da Espiral do Silêncio se torna uma espécie de escudo para esse grupo, que, ao publicar conteúdos ofensivos e sem nenhum embasamento, em redes sociais de grande amplitude como o Twitter, afirmam que estão apenas defendendo a liberdade de expressão. Por exemplo, em sua conta no Twitter, Olavo de Carvalho escreveu a seguinte frase: “Universidades, no Brasil, são, em primeiro lugar, pontos de distribuição de drogas. Em segundo, locais de suruba. A propaganda comunopetista fica só em terceiro lugar” (CARVALHO, Olavo (@opropriolavo), 2019, s/p)<sup>15</sup>. Mesmo sem elementos comprobatórios de que tais práticas aconteciam dentro das universidades públicas e tomando posse do seu discurso de defensor da liberdade de expressão, Olavo de Carvalho se sentia à vontade para fazer acusações sérias contra estas instituições de ensino. Porém, o que ele não menciona é o peso e a importância que tais instituições têm para o Brasil, no que diz respeito à produção de conhecimento científico, inovação e resolução de problemas sociais.

Póvoa (2008) destaca que as universidades se constituem como elementos cruciais para a formação de um sistema de inovação nacional, atuando como formadoras de cientistas e engenheiros, como fonte de conhecimento científico e produzindo pesquisas e técnicas úteis

---

<sup>15</sup> Post coletado em 14 de novembro de 2021.

para o desenvolvimento. A extrema direita, que defende esse conceito de liberdade de expressão irrestrita para propagar informações falaciosas, tem esse ambiente como grande inimigo a ser combatido, por isso, a comunidade acadêmica é tão alvo de desinformação.

A defesa dessa visão distorcida do conceito de liberdade de expressão não fica restrita aos cidadãos comuns, ela chega a ser defendida pelos parlamentares brasileiros. A deputada federal pelo Partido Social Liberal (PSL), Beatriz Kicis Torrents de Sordi, conhecida como Bia Kicis, usou o Twitter para defender o jogador de vôlei Maurício Souza, autor de comentários homofóbicos em uma rede social sobre a história em quadrinhos em que o filho do Superman é bissexual, e anunciar a apresentação do projeto de lei 3911/2021. “Acabo de protocolar o PL 3911/2021, Lei Maurício de Souza, para prever o crime de cerceamento ilegítimo. Não podemos permitir a punição de pessoas por seus pensamentos e opiniões. Continuarei defendendo a liberdade de expressão em nosso país!” (Fonte: KICIS, Bia (@Biakicis), 2021, s/p)<sup>16</sup>. O jogador, conhecido por partilhar de ideias ultraconservadoras, foi bastante criticado pelo teor de seu comentário e demitido do clube em jogava, o que gerou uma grande revolta da ala conservadora. O projeto de Lei Maurício Souza, proposto pela Deputada Bia Kicis, foi uma resposta dos conservadores às críticas ao jogador. Se aprovado, acrescentará ao Código Penal brasileiro o Artigo 146-A ao Decreto de Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, transformando em crime o que a parlamentar crê ser um cerceamento da liberdade de expressão.<sup>17</sup>

No entanto, comentários como o do jogador Maurício Souza, figura pública de destaque no cenário nacional, abrem margem para uma resistência contra a comunidade LGBTQIA + no Brasil, país que mais mata essa população no mundo, segundo relatório produzido pelo Observatório de Mortes e Violências contra LGBTI+. Quando se soma a isso o respaldo dado pela parlamentar ao comentário do jogador, por meio de um projeto de lei, é possível perceber o quanto o Estado ainda percebe o homossexual como uma ameaça à sociedade e, principalmente, ao conceito de “família”. Fatores como estes impõem a esta minoria uma condição de vida marginalizada, onde o Estado acaba funcionando como um guardião das diferenças entre homossexuais e heterossexuais (CUNHA, 2019).

---

<sup>16</sup> Post coletado em 14 de novembro de 2021.

<sup>17</sup> O projeto de lei está aguardando designação de relator na Comissão de Constituição de Justiça e Cidadania.

---

Sobre esses discursos nas redes sociais, Cunha (2019) ressalta que, muitas vezes, os ataques à comunidade LGBTQIA+ são feitos de forma implícita, de modo que parecem não recair sobre uma pessoa específica ou ao grupo social em si, mas, sim, às políticas que combatem tais discriminações. “...essas argumentações falaciosas são, por si, também uma forma de discurso homofóbico” (CUNHA, 2019, p. 62-63). Tal construção discursiva é uma forma de fortalecer a repressão a um grupo social e condená-lo ao apagamento, a partir de sua sexualidade ou identidade de gênero. Foucault (1988, p. 109) explica que história da sexualidade é atravessada por repressão, grandes proibições e “valorização exclusiva da sexualidade adulta e matrimonial, imperativos de decência, esquivas obrigatórias do corpo, contenção e pudores imperativos da linguagem”. Isso tem como consequência a condenação ao desaparecimento desses agentes, que são atacados, vilipendiados e silenciados.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo teve como objetivo compreender de que modo figuras emblemáticas do conservadorismo de extrema direita brasileira se apropriam de premissas da Teoria da Espiral do Silêncio para propagar desinformação e discurso de ódio. Ao longo do processo de análise, que se baseou tanto em uma coleta assistemática de tweets desses agentes quanto em um resgate bibliográfico sobre o assunto, percebeu-se que a teoria é apropriada para fortalecer uma interpretação equivocada do conceito de liberdade de expressão. Tal apropriação do conceito de Espiral do Silêncio pela extrema direita é resultado, como já dito, de um limitado exercício hermenêutico. Demonstrou-se como estes agentes propagam discursos que, na prática, podem configurar crime e resultar em violência contra uma minoria social. Valendo-se de uma interpretação equivocada do conceito de liberdade de expressão, tais pessoas agem amparadas pela falsa garantia de que os discursos são totalmente livres.

Demonstrou-se que influenciadores digitais de extrema direita moldam o conceito da Teoria da Espiral do Silêncio de forma a se vitimizarem, quando seus discursos de ódio sofrem pressão social e exposição. Crimes como racismo, homofobia, calúnia, difamação, injúria, e charlatanismo são constantemente praticados na esfera digital. Para os defensores da causa conservadora da extrema direita, a liberdade de expressão garante que todo discurso deve ser

passível de aceitação, uma visão errônea, retrógrada e inconsistente. Por fim, frisa-se que será dada continuidade à pesquisa, realizando uma sistematização mais robusta do *corpus*, ainda assim, estes apontamentos iniciais serão fundamentais para o que será desenvolvido.

## REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE, José Carlos de Almeida. **Uma genealogia da espiral do silêncio: a expressão da opinião sobre as praxes acadêmicas**. 2017. 297 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, 2017.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.
- BURKE, P. **Uma história social do conhecimento: de Gutemberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CAMARGO, Isadora *et al.* Cultura participativa e convergente: o cenário que favorece o nascimento dos influenciadores digitais. **Communicare**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 102-118, mai. 2017.
- CARNEIRO, Sueli. **Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2011.
- CUNHA, Luan Felipe Braga. **O discurso homofóbico nas redes sociais e o confronto ideológico acerca da diversidade de gênero no Brasil**. 2019. 79 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Faculdade de Letras, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2019.
- DEROSA, Cristian. **Como funciona a espiral do silêncio nas redes sociais**, 2017. Disponível em: <https://www.estudosnacionais.com/4280/como-funciona-espiral-do-silencio-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 16 novembro de 2021.
- DI CARLO, Josnei; KAMRADT, João. Bolsonaro e a Cultura do Politicamente Incorreto na Política Brasileira. **Teoria e Cultura**, Juiz de Fora, v. 13 n. 2, dez. 2018.
- FARIAS, Edilsom. **Liberdade de expressão e comunicação: teoria e proteção constitucional**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.
- FERREIRA, Aluizio. **Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na Constituição Brasileira**. São Paulo: Celso Bastos Editora; Instituto Brasileiro de Direito Constitucional, 1997.
- FREITAS, Riva Sobrado de; CASTRO, Matheus Felipe de. Liberdade de Expressão e Discurso do Ódio: um exame sobre as possíveis limitações à liberdade de expressão. **Sequência: Estudos Jurídicos e Políticos**, [S.L.], v. 34, n. 66, p. 328-355, 23 jul. 2013.
- FREIXO, André de Lemos. Passados privados, ou privados do passado? Nostalgia, in-diferença e as comemorações do Sete de Setembro brasileiro. **Revista NUPEM**, Campo Mourão, v. 11, n. 23, p. 59-80, maio/ago., 2019.
- FOUCAULT, Michel. **A história da Sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1988.
- GEHRKE, Marília; BENETTI, Márcia. A desinformação no Brasil durante a pandemia de Covid-19: temas, plataformas e atores. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 23, n. 2, p. 14-28, mai./ago.

---

2021. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22527/60748716>. Acesso em: 31 mai. 2022.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2007.

MASSARANI, Luisa Medeiros *et al.* Infodemia, desinformação e vacinas: a circulação de conteúdos em redes sociais antes e depois da COVID-19. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, e. 5689, mai. 2021. Disponível em: [https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/51878/2/ve\\_Luisa\\_Massarani\\_COC\\_2021.pdf](https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/51878/2/ve_Luisa_Massarani_COC_2021.pdf). Acesso em: 10 mai. 2022.

NAPOLITANO, Carlo José; STROPPIA, Tatiana. O Supremo Tribunal Federal e o Discurso de Ódio das Redes Sociais: exercício de direito versus limites à liberdade de expressão. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 7, n. 3, 2017.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **La espiral del silencio**. La opinión pública: nuestra piel social. Barcelona: Paidós, 1995.

PÓVOA, Luciano Martins Costa. **Patentes de Universidades e institutos públicos de pesquisa e a transferência de tecnologia para empresas no Brasil**. 2008. 148 f. Tese (Doutorado) - Curso de Economia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

SILVA, Rosane Leal da; NICHEL, Andressa; MARTINS, Anna Clara Lehmann; et al. Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. **Direito GV**, São Paulo, v. 7, n. 2, dez. 2011.

SOARES, Ana Angélica. A Espiral do Silêncio. **Compólitica**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 161-178, 29 maio de 2020.

Vosoughi, S; Roy, D; Aral, S. **The spread of true and false news online**. Science, 2018.

---

**A alegoria da caverna e sua relação com a ação dos algoritmos  
nas plataformas de mídias sociais**

**The allegory of the cave and the relationship with the action of algorithms  
on social media platforms**

Ana Clara Avancini Valdo LEMOS<sup>18</sup>

Rafael Cláudio SIMÕES<sup>19</sup>

Marcela Tessarolo BASTOS<sup>20</sup>

**RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo analisar as configurações das plataformas digitais em paralelo a sua relação com a alegoria da caverna de Platão como reflexão filosófica, tratando a associação entre a comunicação que se perpetua no digital e a filosofia clássica. Embora o fenômeno das redes tenha menos de um século de existência, já se tornou um meio informativo muito presente no cotidiano, propagando estas informações de maneira rápida. Metodologicamente, o artigo apresenta uma revisão bibliográfica sobre o mito da caverna de Platão (1999) e o funcionamento das plataformas de mídias sociais (LÉVY, 2017; D'ANDREA, 2020; LEMOS, 2003). As ideias de Platão presentes neste diálogo socrático podem se amalgamar as críticas das bolhas informativas geradas por meio das ações dos algoritmos nas plataformas.

**PALAVRAS-CHAVE**

Algoritmo; Comunicação; Mito da Caverna.

**ABSTRACT**

This article aims to analyze the configurations of digital platforms in parallel to their relationship with the allegory of Plato's cave as a philosophical reflection, dealing with the association between communication that are perpetuated in digital and classical philosophy. Although the network phenomenon has less than a century of existence, it has already become an informative medium very present in everyday life, distributing this information quickly. Methodologically, the article presents a literature review of Plato's cave myth (1999) and the functioning of social media platforms (LÉVY, 2017; D'ANDREA, 2020; LEMOS, 2003). Plato's Ideas present in this Socratic dialogue can amalgamate the criticism of the informative bubbles generated through the actions of the algorithms on the platforms.

**KEYWORDS:** Algorithm; Communication; Allegory of the Cave.

---

<sup>18</sup> Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda pela Universidade Vila Velha (UVV); e-mail: [avanciniana@gmail.com](mailto:avanciniana@gmail.com)

<sup>19</sup> Orientador do trabalho. Professor da Universidade Vila Velha (UVV); doutor e mestre em História pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES); e-mail: [rcshist@uvv.br](mailto:rcshist@uvv.br)

<sup>20</sup> Orientadora do trabalho. Professora da Universidade Vila Velha (UVV); mestra em Comunicação pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG); e-mail: [marcela.bastos@uvv.br](mailto:marcela.bastos@uvv.br)

---

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo compreender como as plataformas de mídias sociais direcionam conteúdo para seus usuários, correlacionando essa governança com o mito da Caverna, de Platão. A partir da pesquisa e reflexão dos objetivos com vista ao trabalho de conclusão do curso de Publicidade e Propaganda, geramos uma percepção acerca dos principais interesses voltados ao mundo acadêmico, desta forma definindo um viés que amalgamasse aspectos filosóficos e modernos, com o condão de construir críticas relevantes retiradas a partir do período clássico da filosofia grega e inseridas na atualidade. Não apenas sob o prisma de análise meramente teórica, mas também com o fulcro em vivências, ou seja, que foi naturalmente (ou cientificamente) decorrida mediante a evolução das civilizações.

Nosso mote principal remonta a referência filosófica contida no texto *Alegoria da caverna*, escrita por Platão (1999), em um de seus diálogos que se encontra na obra *A República*, em que utiliza Sócrates e Glauco como peças centrais do debate. A parábola da caverna baseia-se na narrativa em que prisioneiros estão à mercê da visão de sombras que são projetadas na parede da caverna onde se encontram. Eles apenas conseguem ver as projeções sem, no entanto, se mover ou redirecionar o olhar, sempre visando para frente, crendo que aquelas seriam as sombras da realidade. A crença permanece inalterada até que se libertem da caverna.

A caverna de Platão, nos dias atuais, pode sugerir o comodismo de pertencer a uma rede de facilitadores de informação direcionada, pois estaríamos presos na caverna e o exterior seria desconhecido e por muitas vezes considerado um limbo de conceitos e crenças não fundadas. A pessoa que sai da caverna e enxerga a verdade das sombras que ali estavam, precisa decidir entre relutar ao que é real e voltar à caverna, ou seguir em frente e explorar uma visão ampla, tendo em mente as críticas e ataques dos que permanecem ainda presos na caverna.

Para correlacionar o mito da caverna com os dias atuais, usamos a virada computacional dos estudos de comunicação, que diz respeito à mudança na maneira estrutural dos meios digitais e marca o início dos estudos de plataformas (D'ANDREA, 2020). “É nesta virada crítica dos estudos de internet e cibercultura que se localizam os chamados Estudos de Plataformas, que buscam uma refinada articulação entre as dimensões técnicas, políticas e econômicas que constituem as populares redes sociais online” (*ibid.*, 2020, p. 14). É o início do uso de dados, automatizando a forma com que circulam os conteúdos, trazendo, conseqüentemente dentre

---

outras coisas, os algoritmos. Estes, no meio digital, são ações executáveis que geram os passos necessários para concluir uma operação, atualmente utilizados com frequência no direcionamento de conteúdo em plataformas online.

O ambiente digital vem ganhando cada vez mais espaço nas diversas áreas da vivência humana. Idealmente, a internet construiu uma comunidade onde a informação tem acesso livre para circular entre estas tribos informativas, podendo ajudar a formular opiniões e visões de mundo a partir destas consciências. Mas, esbarramos na qualidade de acesso à internet, na rentabilização dos nossos dados pelas plataformas, nos algoritmos e nos acessos pagos para informações do jornalismo profissional, para citar algumas problemáticas. Em diversos momentos de impacto a internet, colaborou para impulsionar ou eludir situações decisivas, demonstrando todo o seu caráter sugestivo e persuasivo, gerando o questionamento sobre o quanto nossas opiniões são construídas por nossas vivências online e sugestões das plataformas, e o quanto elas verdadeiramente pertencem a nós.

Nessa ambiência, o artigo pretende compreender a ação dos algoritmos e os conectar as ideias da antiga Grécia, considerando sua atemporalidade e sua aplicação em pleno século XXI. Para tanto, lançamos mão de obras de autores como Pierre Levy (2017), Carlos D'Andrea (2020), Melvin L. DeFleur (2011), Sandra Ball-Rockeach (2011), André Lemos (2003), e é claro, de Platão (1999), leituras reflexivas que visam solucionar o problema ao responder à pergunta: Como o mito da caverna se relaciona com os estudos de comunicação no meio digital? Neste sentido, buscaremos transcender a ideia assertiva e corrente da crítica moderna, empenhando-se em entender o peso do pensamento da filosofia ocidental no hodierno processo organizacional das plataformas e as tessituras de suas teias de informação, explorando um viés mais teórico da comunicação no plano digital, expandindo a observação de teorias que surgiram bem antes do próprio conceito de comunicação, com o fito de ampliar nossa visão básica sobre a internet.

As plataformas de mídias sociais digitais fazem parte da vida cotidiana e alteraram as regras da sociabilidade, desde as interações informais entre as pessoas, à comunicação institucional e às rotinas de trabalho. Plataformas de mídias sociais, as empresas de comunicação tradicional, usuários e instituições estão imbricados em complexa dinâmica, sustentada pela lógica de funcionamento das plataformas (VAN DIJCK; POELL, 2013). As

---

plataformas são onipresentes na vida das pessoas e penetra todos os aspectos da sociabilidade e da criatividade (VAN DIJCK, 2013), performando um cotidiano midiático na sociedade da plataforma.

Na versão atualizada do Mito da Caverna, não estamos presos a correntes, temos livre arbítrio e interpretamos as mensagens na nossa linha do tempo a partir de nossas vivências e crenças, mas, muitas vezes, aceitamos a facilidade como ponto crucial de nossa sobrevivência e não queremos enfrentar a perda do comodismo estrutural das mídias sociais.

A metodologia de pesquisa referente a este projeto é a pesquisa bibliográfica, tendo como objetivo trazer à tona a crítica voltada a nova “caverna digital” tornando mais claro o pensamento abordado neste artigo. A escolha da pesquisa bibliográfica se dá pelo acesso a artigos e livros já publicados como material de apoio para discorrer sobre a filosofia de Platão e a virtualização da vida na atualidade, com o objetivo de analisar posições e conteúdos que possam auxiliar no desenvolvimento do tema proposto.

## **MITO DA CAVERNA**

Platão foi um filósofo e matemático de destaque no período da Grécia clássica. Nascido em Atenas, foi discípulo de Sócrates e ficou conhecido por suas teorias de dualidade entre corpo e alma. Escreveu diversas obras, dentre elas se encontra o livro *A república*, um diálogo socrático dividido em dez partes. E é no intitulado livro VII que encontraremos o objeto de nossa reflexão: em um diálogo entre Sócrates e Glauco é apresentada a teoria da alegoria da caverna, um marco do pensamento platônico (PLATÃO, 1999).

Em uma caverna, se encontram homens acorrentados desde a infância por grilhões nas pernas e no pescoço, os obrigando a ficar imóveis e manter a visão dos agrilhoados em apenas um ângulo fixo. Nesta mesma caverna há uma abertura que permite a entrada de luz que reflete em uma parede, e por trás dos prisioneiros há uma chama, ocasionando a projeção de sombras a sua frente. Onde homens carregam diversos objetos, alguns emitindo sons, tornando-se a falar e outros em completo silêncio, essa movimentação e os objetos criando formas nas sombras da parede da caverna. O ambiente dos prisioneiros logo se torna sua verdade absoluta, é o que conhecem e o que assemelham a sua própria realidade, as sombras refletidas na parede (PLATÃO, 1999).

---

Na visão de Nunes (2016), a caverna pode ser interpretada como uma periferia, por ser distante do centro e atua em jogo de luz e sombra, que possibilita o real, mas também tem poder de iludir e dissimular. “Esse jogo de luz e sombra gera nos prisioneiros a morada em um ambiente caracterizado como a não-verdade, podendo assim considerar que o mundo da caverna não é falso, é uma parte da realidade (NUNES, 2016, p.37).

Considerando esta sua atual realidade, partimos do pressuposto de que um dos prisioneiros se liberta das correntes e sai da caverna. Ele teria dificuldade de se adaptar a luz, já que tudo que conhece são as sombras projetadas. É neste momento que o prisioneiro reluta entre se adaptar ao que está vendo, mesmo incapaz de discernir que o está sendo mostrado seria a realidade, ou voltar a caverna e cair no conformismo de sua ignorância, já que agora consegue ver as coisas como realmente são em sua plena forma. “Acho que por fim, haveria de contemplar o sol, não sua imagem refletida na água ou em qualquer outra superfície, mas em sua realidade, assim como realmente é, em seu próprio lugar” (PLATÃO, 1999, p. 239).

Platão (1999) faz uma analogia à diferenciação do mundo sensível e do mundo inteligível. O mundo sensível é o mundo em que vivemos, imperfeito, é o mundo material, onde nos encontramos aprisionados, vivendo por sombras de imagens manipuladas. E o mundo inteligível é o mundo das ideias ou das formas propriamente ditas, é nele que encontramos a verdade absoluta, a essência, o imutável e o belo. Platão considera que a partir do contato com o mundo das ideias, não se consegue mais voltar a escuridão por completo.

O prisioneiro, agora compreendendo o mundo exterior, volta à caverna para então tentar libertar os ainda agrilhoados, sentindo as consequências de retomar a escuridão depois de estar em plena luz. Podendo facilmente ser considerado louco aos que ainda estão aprisionados na caverna, questionado se valia a pena enfrentar a subida para o mundo exterior, se aquela realidade não o havia custado as vistas. E muitos escolheriam se manter atados as correntes e em suas crenças, a *doxa* de sua realidade (PLATÃO, 1999).

Esta alegoria transmite a ideia de nossas visões deturpadas perante a vida. Platão considera a saída da caverna ao encontro do mundo inteligível, mas devemos considerar que esta teoria possui mais de 2 mil anos. Hoje, há uma rede inteira do que consideraríamos ser os sofistas modernos. Na visão de Platão, os sofistas detinham conhecimento, mas alteravam a realidade e dificultavam o entendimento da essência das coisas. Agora com um discurso não

---

mais limitado a Atenas, uma mensagem pode percorrer o globo terrestre. A nova caverna digital pode gerar desinformação, dependência dos algoritmos e suas sugestões, grilhões invisíveis podem nos prender a este vasto mundo virtual, e por vezes podemos optar por nos mantermos nesta caverna.

## **A COMUNICAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE**

O virtual pode ser considerado a evolução da comunicação (LÉVY, 2017). O mundo aderiu aos princípios da interação entre humanos e sistemas informativos, passamos a modificar a maneira que vivemos e lidamos com as sistemáticas do dia a dia. É dentro deste ambiente que construímos outras formas de ter contínua presença e criamos conteúdos e informações. A comunicação passou a ser sistematizada dentro do ambiente virtual, em uma constante informacional, foi necessário filtrar essa imensidão de conteúdos a partir de dados obtidos em favor da singularidade do usuário, mesmo que pensado coletivamente.

Para Lemos (2003), o virtual nos fez transcender a uma nova estrutura midiática, na qual o indivíduo pode emitir e receber informações de maneira instantânea, alterando nosso senso de tempo, distância e lugar. “Estamos mais uma vez diante da liberação do polo de emissão, do surgimento de uma nova comunicação bidirecional sem controle de conteúdo” (LEMOS, 2003, p.5). Nesse ambiente, é importante entender as características da comunicação na contemporaneidade.

Devido à amplitude dos aspectos comunicacionais ao longo da história, da criação dos símbolos a evolução da comunicação de massa, analisaremos acerca da digitalização das relações de intercomunicação humana. Depois da criação da mídia impressa, do rádio, cinema e TV, adentramos na era digital. Segundo Dupas (2001, p.16), “no cotidiano da pós-modernidade, a máquina passa a ser mediada pela informação e o contato entre as pessoas passa a ser mediado pela tela eletrônica. O mundo social se desmaterializa, transforma-se em signo e simulacro”.

é o domínio crescente dos sistemas de comunicação usados para armazenagem, troca e difusão que representa os pontos de mudança críticos da história humana e até da pré-história. Foi a crescente capacidade para

---

comunicar-se cabal e perfeitamente que levou ao desenvolvimento crescente de complexa tecnologia, e a mitos, lendas, explicações, lógica, hábitos, e às regras complexas para o comportamento que possibilitaram as civilizações (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 11).

Subentende-se a evolução entre os veículos de massa e as sociedades. As plataformas de mídias sociais transformaram o papel do usuário presente em ambientes virtuais e o elevou a posições de autoridade e de não apenas consumidor e telespectador, os direcionou a papéis de produção e interação, obtendo a capacidade de criar conteúdos e emitir opiniões que se perpetuam na internet sem fronteiras geográficas e sem prazo determinado de repercussão (PINHEIROS, 2021).

E é nesta perspectiva em que o individualismo pode ter um poder de impacto no coletivo que começamos a perceber as rupturas das ilusões das mídias sociais, onde torna o reconhecimento do limite entre a informação e a desinformação desenfreada em forma de temática nas redes online. Para Pinheiro (2021) são três as ilusões da comunicação na era digital: a onisciência, quando consideramos a internet como autossuficiente; a hiperconectividade, que nos prende a necessidade de estar sempre logados em nossas redes; e a identidade virtual, forjando uma imagem que não necessariamente precisa ser verdadeira. É nesta via de raciocínio que podemos considerar que a evolução da presença digital pode ser um caminho lento e imperceptível para o que consideramos a caverna digital.

Nosso acesso às inúmeras fontes de informação facilitaram a evolução de aspectos positivos na sociedade, democratizando a maior porcentagem possível de anexação do público presente nestas novas mídias eletrônicas, mas por outra perspectiva, esta acessibilidade configura uma série de aspectos negativos. As polaridades inseridas na internet podem tornar-se extremas quando a comunicação se faz tão presente e com um processo de acesso simplista.

## **PLATAFORMAS E ALGORITMOS**

A mudança da era digital ocasionou um fenômeno que iremos chamar de plataformização do social. Uma característica deste processo é o uso da organização computacional baseada na conectividade e no intercâmbio de dados, gerando grandes fluxos informacionais e retendo dados de seus usuários (D'ANDREA, 2020).

---

As plataformas revolucionaram a maneira de compreender rapidamente os anseios e necessidades do usuário a partir de fontes computadorizadas, onde o utilizador e as materialidades se constituem mutuamente. Abrindo espaço para a transformação de aspectos comuns do cotidiano, criando uma infraestrutura técnica para o ambiente virtual, com um vasto alcance. As plataformas online “moldam as práticas e as percepções dos usuários, quanto as apropriações criativas, táticas e coletivas que recriam, cotidianamente, as plataformas” (D’ANDREA, 2020, p. 15).

As plataformas de mídias sociais compreendem os gostos e temas de interesse, por exemplo, a partir das curtidas, comentários, compartilhamentos e pesquisas. O ato de compartilhar ou pesquisar sobre determinado assunto gera uma série de dados e pode provocar interligações para que o fluxo computacional seja gerado e de certa maneira, personalizado. É necessário reconhecer que estas plataformas de uso diário podem incentivar o modo como compreendemos e gerimos nossas relações. Mas, para que isto ocorra, precisamos falar sobre uma ferramenta de organização das plataformas: os algoritmos. “Em termos funcionais, um algoritmo é muitas vezes definido como uma sequência de instruções de programação escrita para cumprir tarefas pré-determinadas, ou seja, para transformar dados em resultados” (D’ANDREA, 2020, p. 31).

Para discussão do tema precisamos ter em mente que as plataformas têm seu funcionamento a partir das lógicas de programabilidade, o que sugere que toda ação feita dentro destas será computada para que ocorra o entendimento do perfil de determinado usuário a partir de padrões informativos. O compartilhamento destes dados, através de processos cotidianos, faz parte das diligências das mediações algorítmicas para desencadear um histórico útil aos programas e serviços disponíveis no mundo digital, gerando diversas teias informativas que ocorrem pela padronização, logo, personalização dos conteúdos que serão direcionados (D’ANDREA, 2020). Por exemplo, as plataformas fazem a “recomendação de conteúdos de modo personalizado, a oferta, para anunciantes, de perfis bastante segmentados de potenciais clientes, e o constante aperfeiçoamento das aplicações” (D’ANDREA, 2020, p. 26).

Segundo D’Andrea (2020, p. 26), “plataformas não apenas facilitam práticas *online*, mas também trocam dados entre si para melhor conhecer seus usuários e, assim, oferecer serviços mais personalizados e com maior valor comercial”, sendo assim, o uso destes dados

---

podem nos colocar em posições específicas dentre as bolhas informativas do ambiente digital. O digital não anula as consequências do mundo físico e real, a influência dos dados e fluxos informativos do mundo digital impacta nas decisões e conflitos do dia a dia. “Influências em processos eleitorais, uso irrestrito de dados pessoais para fins comerciais e uso de algoritmos e base de dados para perpetuar preconceitos e desigualdades são algumas questões que, cada vez mais, preocupam governos, empresas e sociedade civil” (D’ANDREA, 2020, p. 13).

Estes dados podem fazer grande papel no entendimento da constituição do social, e também no que se considera o desentendimento, as formas de conhecimento incorporadas ao digital podem trazer uma sucessão de fatores que causam a entrada do usuário na caverna digital e que o eleva a opiniões voltadas a uma única vertente.

Van Dijck e Poell (2013) apontam quatro elementos da lógica das mídias sociais, que estão emaranhados com a mídia de massa. São elas: programabilidade, popularidade, conectividade e datificação. Por programabilidade, entendem-se códigos, dados, algoritmos, protocolos e o agenciamento dos usuários, que podem direcionar a programabilidade por meio de sua participação, mas também podem resistir e desafiar códigos e protocolos.

Por popularidade, Van Dijck; Poell (2013) se referem à visibilidade, gerada por meio de curtidas, rankings e algoritmos. Já a conectividade permite a personalização de conteúdos, uma vez que se trata de uma formação mútua entre os atores envolvidos (plataformas, usuários, anunciantes etc.). Os três elementos descritos até aqui são baseados na datificação, última das quatro especificidades elencadas por Van Dijck; Poell (2013) e possibilita a criação de técnicas de previsões e análises em tempo real.

Toda essa nova economia compartilhada, engendrada pela tecnologia, modelo econômico e usuários, fez surgir novos negócios e a ascensão das plataformas digitais é tida como o motor do progresso econômico e inovação tecnológica (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018)

Uma das consequências é a “plataformização da web” (HELMOND, 2015), ascensão da plataforma como modelo econômico e de infraestrutura para o restante da web (HELMOND, 2015, p. 1). Facebook e Google oferecem “modelo de funcionamento computacional” para sites, blogs e portais, por exemplo, que precisam se adequar aos termos das plataformas (D’ANDREA, 2020, p. 21).

---

Juntas, Alphabet – Google e Facebook, hoje Meta, controlam 80% dos serviços de redes sociais, com alcance mundial de mais de dois bilhões de usuários mensais. As duas empresas também dominam 60% da publicidade digital mundial e são predominantes nos serviços de identificação on-line (login do Facebook, por exemplo) como porta de entrada para outros serviços (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018).

### **MITO DA CAVERNA NA SOCIEDADE DE PLATAFORMA**

A sociedade de plataforma fez emergir uma nova versão da alegoria da caverna, a chamada caverna digital ou caverna virtual (PINHEIROS, 2001), uma dimensão informativa onde as vias algorítmicas nos direcionam aos grilhões da caverna, o conteúdo de complacência aos desejos da mente por trás de um usufrutuário geram a mesmice que se assemelham as sombras da caverna, direcionam nossa visão ou visualização para a verdade de uma coletividade baseado em inteligências individuais que podem corromper as massas.

De acordo com as ideias de Lemos (2003), devemos estar abertos às potencialidades que este ambiente virtual e multifacetado nos oferece, mas atentar-nos as negatividades dele, utilizando dos meios sociotécnicos da cibercultura sem perder a veracidade e entendimento da vida não virtualizada. “Dessa forma, o indivíduo se isola nas suas prisões ou cavernas modernas, vive no mundo da ilusão e do individualismo, reproduz padrões de comportamento, assim como, mantém a sensação constante de vazio e não pertencimento” (SANTOS; BRAMBILLA, 2017, p. 21).

Analisemos de outra maneira, é possível pertencermos a uma realidade onde os prisioneiros da caverna não possuem grilhões, mas *smartphones* que os conectam às plataformas de mídias sociais, onde o prisioneiro pode escolher as suas facetas para utilizar dentro da caverna. O mundo das sombras passa a ser uma grande rede informativa e a verdade é relativa à individualidade do prisioneiro, uma prisão determinada pelo aprisionado e as sombras projetadas por uma rede completa de fluxos informativos. Para Santos e Brambilla (2017, p.16), “em alguns casos, as novas tecnologias transformaram-se em verdadeiras extensões do corpo humano, já que há quem não consiga sair de casa sem seu celular ou não

---

consiga dormir sem antes de checar seus e-mails”, o ser humano passa a ser bombardeado de informações, onde nem sempre é possível discernir a verdade das ilusões da internet.

A caverna virtual faz com que o usuário veja sempre as mesmas sombras na caverna, ou seja, mantendo o comodismo de conteúdos já direcionados pelos algoritmos, prendendo o ser em sua bolha informativa. Onde não é mais possível diferenciar o que Platão (1999) consideraria o mundo empírico e real, as verdades das plataformas podem ser relativas e coordenadas para que o prisioneiro não se liberte desta caverna digital. É necessário questionarmos o poder da consciência coletiva sob a perspectiva da nova virtualização dos processos sociais, como podemos compreender a complexidade das coisas se vemos sempre pela mesma necessidade e perspectiva dentro de nossa realidade digital. Ao interpretar dados, os algoritmos instituem lógicas de seleção, hierarquização e controle informativo (D'ANDREA, 2020).

Ao longo do tempo, a alegoria da caverna tomou analogias proporcionais ao ser humano e sua relação com o ambiente digital. “As prisões ou cavernas modernas são os elementos que impedem o homem de estar no momento presente, ter capacidade de ação e senso crítico, por isso, passa a viver no mundo da ilusão, sem questionamentos, com a sensação de vazio e não pertencimento (SANTOS; BRAMBILLA, 2017, p.1).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na sociedade da plataforma, a configuração comunicacional passou a reter dados informativos sobre diversos aspectos do cotidiano, evidenciando a influência da tecnologia e mídias de massa. Unindo a relação entre comunicação moderna e aspectos da filosofia, foi possível compreender as características da configuração das plataformas e assim conectar e resgatar a alegoria da caverna de Platão, que mesmo escrita há mais de 2 mil anos, nos traz reflexões atuais sobre a maneira que estamos encaminhando nossa cultura, nossa sociabilidade, nossa maneira de se comunicar e de nos construirmos como sociedade perante a contínua evolução do processo de virtualização do cotidiano. Devemos também reconhecer os algoritmos como peças cruciais na construção da caverna digital, dada que sua presença configura a criação destas redes informativas direcionadas.

O mundo virtual se assemelha em alguns aspectos a caverna de Platão, que nos traz uma imensidão de possibilidades das nossas concepções de verdade, onde se torna um desafio destruir as tessituras destas teias informativas que circundam o digital no hodierno processo de escapar da caverna moderna, e seríamos capazes de chegar à superfície do mundo empírico e perfeito? As sombras digitais se tornam um desafio à parte, mas questionar as adaptações da vida humana faz parte do processo evolutivo. Em meio a bombardeios informativos, o prisioneiro moderno não é preso por correntes, tem livre arbítrio para ir e vir, buscar informações onde quiser, mas podem estar presos na facilidade dos conteúdos recomendados, pela rentabilização de seus dados, que nos mostra conteúdos de interesse em nossa linha do tempo, criando bolhas informativas que juntam os semelhantes e afastando os que pensam diferente.

## REFERENCIAS

- D'ANDREA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.
- DUPAS, Gilberto. **Ética e poder na sociedade da informação: de como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso**. 2. ed., rev. e ampl. São Paulo: UNESP, 2001.
- HELMOND, A. The platforming of the Web: making web data platform ready. **Social Media + Society**, Thousand Oaks, v. 1, n. 2, p. 1-11, 2015.
- L.DEFLEUR, Melvin; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- LEMOS, André. **Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época**. 2003. Disponível em: <https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/cibercultura.pdf>. Acesso em: 25 mai. 2022.
- LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** 2. Ed. São Paulo: Editora 34, 2017.
- NUNES, Mayara Cristina Pereira. Breves considerações sobre o Mito da Caverna, de Platão. **Enunciação: Revista de Filosofia da UFFRJ**, v.1, n.1, 2016. Disponível em: <http://www.editorappgfilufrj.org/enunciacao/index.php/revista/article/view/13/16>. Acesso em: 13 mai. 2022.
- PINHEIRO, Vitor Sales. A caverna de Platão e as ilusões da internet. **Youtube**, 2021. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=\\_xpRaGt4YxA&t=37](https://www.youtube.com/watch?v=_xpRaGt4YxA&t=37). Acesso em: 4 mai. 2022.
- PLATÃO. **A República: coleção grandes obras do pensamento universal**. São Paulo: Lafonte, 1999.
- SANTOS, Luana Cristina Medina; BRAMBILLA, Pedro Augusto de Souza. O mito da caverna de Platão x a alienação do homem pós-moderno influenciado pelo consumismo, indústria cultural, meios de comunicação de massa e as novas tecnologias. **Toledo**, v. 13, n. 13, 2017. Disponível em:

<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/6048/5756>. Acesso em: 13 mai. 2022.

VAN DIJCK, José. **The Culture of Connectivity**. New York: Oxford Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; WAAL, Martin de. **The platform society: Public Values in a Connective World**. New York: Oxford University Press, 2018.

VAN DIJCK, J.; POELL, T. **Understanding social media logic**. Media and Communication, Lisbon, v. 1, n. 1, p. 2-14, 2013.

---

**Jornalismo Profissional:  
instrumento de combate à desinformação na era da comunicação digital**

**Professional Journalism:  
instrument to combat disinformation in the age of digital communication**

Igor CORDEIRO<sup>21</sup>

**RESUMO**

O artigo apresenta contribuições para a discussão sobre a importância do jornalismo profissional no combate à desinformação na era da comunicação digital. O trabalho se baseou na revisão de referenciais teóricos sobre o crescimento da produção, da circulação e do consumo de conteúdos fraudulentos, com roupagem noticiosa, impulsionados pelas mídias sociais e sobre a relevância do jornalismo para a vida pública nas sociedades democráticas.

**PALAVRAS-CHAVE**

Jornalismo; mídias sociais digitais; desinformação; *fake news*.

**ABSTRACT**

The article presents contributions to the discussion on the importance of professional journalism in fighting against disinformation in the age of digital communication. The work was based on the review of theoretical references on the growth of production, circulation and consumption of fraudulent content disguised of news promoted by social media and on the relevance of journalism to public life in democratic societies.

**KEYWORDS**

Journalism; digital social media; disinformation; fake news.

---

<sup>21</sup> Estudante do 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e graduado em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade do Estado da Bahia (UNEB), e-mail: [igorcrd@hotmail.com](mailto:igorcrd@hotmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

Certamente, a Gutenberg<sup>22</sup> não seria possível imaginar que sua maravilhosa engenhoca, no já longínquo século XV, seria responsável por deflagrar uma das maiores revoluções da história da comunicação humana. Desde o advento da impressão por tipos móveis, responsável pela difusão da prática da leitura na Europa, nunca se produziu e consumiu tamanha quantidade de informação tal como no mundo contemporâneo, marcado pela influência das mídias digitais.

Em grande medida, isso foi impulsionado pela ampliação da infraestrutura de conexão à rede mundial de computadores, a partir da década de 1990, o que contribuiu decisivamente para cujas pessoas situadas nas áreas mais remotas do planeta passassem a ter acesso à internet e à extensa quantidade e variedade de serviços e recursos disponíveis na *web*. Ainda mais importante do que isso, essa revolução da tecnologia da informação e da comunicação conseguiu superar alguns dos óbices impostos por limitações espaciais e temporais, de modo a permitir que os usuários do serviço possam interagir remotamente de forma mais dinâmica e célere como nunca observado antes em toda a história da comunicação humana.

Todo esse desenvolvimento proporcionado pelas novas tecnologias digitais de informação e comunicação, assim como pela melhoria da infraestrutura de conexão, com a invenção das redes 3G, 4G, 5G, Bluetooth, Wi-Fi etc., incrementado ainda pelo processo de convergência midiática em curso, fez crescer significativamente não apenas a demanda por informação, mas também sua produção e circulação. Essa conjuntura foi decisiva para o surgimento, a otimização e a multiplicação de diferentes formatos de mídias digitais, que passaram a usufruir de tais possibilidades tecnológicas para desbravar formas inovadoras, dinâmicas e mais acessíveis de produzir e compartilhar conteúdos, o que expandiu significativamente as possibilidades comunicativas da sociedade.

O ciberespaço contemporâneo forjou as condições necessárias à emergência de novas formas de produção, distribuição e consumo de conteúdo informacional, possibilitadas pelo advento de dispositivos móveis e multifuncionais, como os *smartphones*, e pelo desenvolvimento da *web*, que foram as tecnologias que mais se expandiram recentemente

---

<sup>22</sup> Johannes Gutenberg (Mainz, 1400 - Mainz, 3 de fevereiro de 1468) foi um dos precursores da invenção da prensa mecânica de tipos móveis na Europa, que revolucionou a técnica de impressão no século XV.

---

(SILVA, 2015, p. 19). Na atualidade, é permitido a qualquer pessoa, que disponha de condições materiais mínimas de viver dignamente, produzir e difundir conteúdo autoral e explorar a riqueza da linguagem multimidiática mediante o uso de tecnologias cada vez mais acessíveis.

Esse fenômeno da cibercultura tem indicado tacitamente a quebra do monopólio da enunciação, outrora, uma prerrogativa quase que privativa da mídia tradicional e corporativa que marcou o século XX, e isso vem promovendo a reconfiguração das práticas comunicacionais na sociedade contemporânea. Com isso surgiram então diversas e diferentes formas de produzir, compartilhar e consumir conteúdo à revelia dos meios de comunicação de massa ou da “grande mídia”, como preferem seus críticos mais radicais.

Isso instaurou um fluxo de comunicação paralelo e independente da relação institucional e verticalizada que caracteriza os grandes veículos midiáticos e sua audiência, na qual as principais iniciativas de emissão são irradiadas dos espaços de poder da sociedade. Não se pretende com isso incorrer em equívocos teórico-conceituais, alguns inclusive já superados, que, nos primórdios das pesquisas, preconizavam a passividade do polo receptor ante o poderio do emissor.<sup>23</sup> Entretanto, é importante reconhecer a assimetria que caracteriza esse tipo de relação, visto que as partes envolvidas não dispõem das mesmas possibilidades comunicacionais, ao contrário do que ocorre com as novas plataformas midiáticas digitais.

## **1. MÍDIAS SOCIAIS E O PARADOXO DA DESINFORMAÇÃO**

No mundo contemporâneo, a mídia tem se tornado cada vez mais social à medida que seus usos são apropriados e assimilados pela sociedade. Isso se torna ainda mais evidente no panorama da mídia em transformação no decorrer do tempo. Os meios de comunicação que marcaram o século XX e foram os pilares da famigerada “cultura de massa”, dentre os quais está a imprensa, definiram um fluxo de comunicação institucional e verticalizado que se propagava de um ente emissor para muitos. As mídias sociais digitais, por sua vez, tornaram

---

<sup>23</sup> Elaborada durante o período das duas guerras mundiais, a Teoria Hipodérmica, também conhecida como Teoria da Bala Mágica, é um modelo teórico da Comunicação que defendia a relação direta entre os estímulos dos meios de comunicação de massa e o comportamento dos receptores. Acreditava-se que, se as mensagens chegassem aos indivíduos que compõem a massa, eles poderiam ser manipulados e levados a agir conforme os interesses do emissor. Ver WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

---

possível um padrão de comunicação intercambiável de muitos para muitos, e que tem a internet como principal meio condutor para o qual os demais formatos midiáticos tendem a convergir.

Se outrora o conteúdo midiático disponível era produzido quase que exclusivamente por organizações e profissionais da comunicação, na atualidade, ele também é realizado pelos próprios usuários das novas mídias sociais digitais. Ao estudar esse fenômeno da cibercultura, André Lemos (2003, p. 22) o caracterizou como a liberação do polo da emissão:

As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos *mass media*. A liberação do pólo da emissão está presente nas novas formas de relacionamento social, de disponibilização da informação e na opinião e movimentação social da rede. Assim chats, weblogs, sites, listas, novas modalidades midiáticas, e-mails, comunidades virtuais, entre outras formas sociais podem ser compreendidas por essa segunda lei [da Cibercultura].

À medida que essas novas plataformas midiáticas foram se popularizando e conquistando seu espaço na sociedade, graças ao conjunto de potencialidades oferecidas pelas novas tecnologias digitais, que permitiram o relaxamento do controle da emissão, meios de comunicação de massa tradicionais como a imprensa passaram a ser cada vez mais tencionados por desafios de ordem comercial e profissional ante a ascensão de novas fontes que também postulam ocupar seu espaço como produtoras de conteúdo, noticioso ou não.

De acordo com Traquina (2005a, p. 119), o final do século XX foi um período marcado por um movimento crescente de críticas ao jornalismo e aos meios de comunicação de massa, em razão do sensacionalismo e da trivialidade com que a informação era abordada, de condutas invasivas que desrespeitam a privacidade e visam à exploração de escândalos e de demais questões sensíveis de natureza ético-profissional. “A procura ‘no lixo’ deu lugar à procura ‘do lixo’ e, principalmente, do ‘lixo privado’, como aconteceu com a ampla cobertura que mereceu o caso Clinton-Lewinski, entre 1997 e 1998, mesmo na imprensa ‘séria’ e ‘de qualidade’.” (SOUSA, 2008, p. 192).

Conforme essas críticas foram se tornando mais incisivas, a posição institucional historicamente conquistada e ocupada pelo jornalismo profissional de legítimo produtor de relatos fidedignos sobre a realidade passou a ser contestada, principalmente com o surgimento

---

de novas plataformas de mídias sociodigitais que também concorrem para a produção e o compartilhamento de conteúdo e que passaram a reivindicar e disputar espaço nesse ambiente contemporâneo descentralizado de comunicação. Em razão disso, questionamentos sobre a legitimidade da instituição do jornalismo têm ganhado força nos últimos anos.

Durante o processo de transição do impresso para o digital ainda em curso, o jornalismo parece estar tateando no escuro ou aprendendo a como lidar com esse novo ambiente movedição da comunicação. À medida que a materialidade do papel é substituída pela praticidade dos dados visualizados nas telas dos dispositivos móveis, vai sendo minada a confiança do público nas notícias, as quais lhes tem parecido cada vez mais passíveis de desconfiança. Conforme argumenta Santaella (2018), a partir da emergência da internet, da cultura digital e das redes sociais, tornaram-se possíveis novas formas de publicação, compartilhamento e consumo de informação e notícias que pouco se sujeitam a deveres, princípios, normas profissionais e padrões editoriais.

As notícias procedem das mais variadas e múltiplas fontes e, muitas vezes por falta de compreensão dos modos pelos quais as redes funcionam, ou por confusão diante do acúmulo de informações, torna-se mais difícil saber se as estórias ou as notícias são confiáveis ou não. (SANTAELLA, 2018).

Paralelamente a isso, as novas tecnologias digitais têm tornado a comunicação midiática mais dinâmica e participativa, embaralhando as posições historicamente reservadas aos polos da emissão e da recepção, de modo que hoje o público que faz uso das mídias sociais percebe que sua participação interativa também é relevante para os desdobramentos dos processos comunicacionais na sociedade contemporânea.

Isso pode ser observado nos diversos exemplos mundo afora de pessoas que são proprietárias de perfis nas redes sociais que, em casos de maior sucesso, são capazes de alcançar milhões de seguidores. *YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok*, entre outras, transformaram-se em plataformas populares de alta capilaridade e acessíveis aos mais diversos segmentos sociais, independentemente de fatores como alteridades culturais, disparidades socioeconômicas ou posicionamentos político-ideológicos. Isso faz com que o usuário comum das mídias sociais se sinta empoderado, uma vez que, além de um mero

---

espectador, ele também pode vir a ser um potencial protagonista no ambiente comunicacional contemporâneo.

Esse novo panorama da comunicação midiática digital, entretanto, não ocorre sem produzir seus efeitos adversos, provocados pela profusão de vozes que ecoam causando a dissonância típica do ambiente digital, por onde circula livremente todo tipo de conteúdo: de informação a entretenimento, mas também bastante desinformação. Se por um lado, as tecnologias digitais tornaram a comunicação mais dinâmica e participativa, por outro, potencializaram a produção e o espalhamento de todo tipo de material fraudulento. Não por acaso, expressões como “pós-verdade”, “fatos alternativos”, “narrativa”, “*fake news*”, entre outras, têm se popularizado nos últimos anos.

Ainda que o termo *fake news*, traduzido para o português como “notícia falsa”, revele uma contradição intrínseca, já que, por princípio, a notícia jornalística sempre deve ter a busca da verdade como premissa básica, isso não muda o fato de que muito material tendencioso, deturpado ou integralmente fraudulento tem sido massivamente compartilhado mediante o uso de tecnologias digitais e com roupagem noticiosa, com o propósito de causar dúvida, confundir, persuadir ou dissuadir o público. Contudo, no jornalismo “Não há notícia sobre a qual não se imponha legitimamente uma obrigação de veracidade; aliás, só é notícia um ato verbal que comporte uma pretensão de ser verdadeiro” (GOMES, 2009, p. 11).

Gomes e Dourado (2019, p. 36) destacam uma particularidade reveladora a respeito dos motivos ensejadores dessa complexa relação opositiva entre jornalismo e *fake news*:

Com esta expressão se põe, ademais, ênfase considerável no fato de que não se trata de quaisquer narrativas factuais, mas de relatos jornalísticos, de histórias do noticiário. Com isso, se implica, aqui, a autoridade e a credibilidade da instituição do jornalismo e dos seus processos de produção de relatos autorizados e dotados de credibilidade sobre os fatos da realidade. Não são quaisquer relatos falsos, mas contrafações do próprio jornalismo. E isso não apenas porque o jornalismo, reconhecidamente, é uma atividade e uma instituição essencialmente vinculada à produção de relatos factuais. Outras instituições, como a ciência, também o são. Trata-se, então, principalmente, do fato de que o jornalismo é considerado como o lugar por antonomásia das narrativas factuais sobre a atualidade, sobre o que está acontecendo no mundo, particularmente, no mundo político, neste momento.

---

No que diz respeito à produção de narrativas fatuais, é interessante notar que expectativas subjetivas e crenças pessoais, às vezes orientadas por forte apelo emotivo, têm potencial de interferir na busca da verdade desejada. Haja vista que, ainda hoje, algumas pessoas preferem crer na planura da superfície da Terra, embora haja farta comprovação científica de que o planeta tem formato geoide. A diferença, no entanto, é que esses tipos de discursos foram potencializados e ganharam maior repercussão com o advento das mídias sociais digitais, que permitiu a participação do público em todas as etapas do processo comunicacional, inclusive de forma autoral e livre de quaisquer responsabilidades.

O imbróglio está para além do debate moral sobre verdades e falsidades, mesmo porque o conceito de verdade pode ser interpretado de diferentes formas, inclusive de acordo com a perspectiva filosófica adotada. Para Nietzsche (1984, p.53), por exemplo, a verdade pode ser compreendida como uma convenção que se estabeleceu por uma necessidade social. Afinal, para alguns, o Brasil sofreu um golpe de estado em 1964, seguido de um longo período de ditadura militar. Outros, no entanto, preferem crer que a “Revolução Militar de 1964” foi um importante movimento político que salvou o país da iminente ameaça comunista. Neste caso, portanto, a necessidade da veracidade pode suscitar a sua crença.

Entretanto, uma coisa é crer e defender publicamente divagações a respeito do terraplanismo ou posicionamentos políticos sobre a suposta “Revolução Militar de 1964” no Brasil. Esses são debates relativamente inócuos e até mesmo jocosos, cujos efeitos imediatos na vida pública são limitados. Mero diversionismo na maioria das vezes.

A situação pode se tornar problemática, no entanto, quando discursos pretensamente *outsiders* ganham repercussão a ponto de produzir efeitos e provocar crises de autoridade capazes de tumultuar ou ameaçar a ordem social estabelecida, por exemplo, quando a população é exortada a se voltar contra o processo eleitoral de um país sem nenhuma justificativa plausível ou quando se tenta sabotar políticas públicas de saúde propagando desinformação. Tudo isso visando, em última instância, arregimentar a maior quantidade possível de seguidores.

Em alguns casos, a espetacularização do negacionismo baseado em falsas narrativas tem sido levada ao paroxismo nas redes sociais, motivada pelas amplas possibilidades de monetização geradas por cliques e visualizações. Por característica, essas condutas normalmente se manifestam sob a forma de performances histriônicas, agressivas e repletas de

---

bravatas, as quais evidenciam a lógica de produção reiterada de espetáculos baseados na controvérsia, que buscam atrair a atenção de uma audiência com motivação partidária. É em tais circunstâncias que verdades e mentiras, informação e desinformação tendem a ser reproduzidas de forma indiscriminada e fora de contexto nessa Era da Contrafação Informacional (GOMES; DOURADO, 2019, p. 44).

Mas é exatamente em períodos contraditórios como os vivenciados no segundo decênio do século XXI, quando a desinformação impulsionada pelas tecnologias digitais e patrocinada por governos e instituições que deveriam prezar pela defesa da verdade se dissemina vertiginosamente, que o jornalismo profissional é instado a reafirmar a sua relevância como uma instituição imprescindível para a vida pública nas sociedades democráticas.

## **2. JORNALISMO, LEGITIMIDADE E INTERESSE PÚBLICO**

O jornalismo profissional, enquanto tradicional instituição dotada de credibilidade para produzir relatos sobre os fatos da realidade, não se fez subitamente de um dia para o outro. Ao contrário, ele tem raízes históricas. É o resultado de um longo processo de conquista de legitimidade até se tornar um bem necessário à vida social contemporânea.

Embora o advento da técnica de impressão que deu origem à indústria jornalística tenha acontecido a partir do Renascimento, o desenvolvimento e a expansão da imprensa como veículo de massa ocorrem no contexto da modernidade do século XIX, em meio à efervescência política e econômica que marcou a ascensão da sociedade industrial. “O jornalismo que conhecemos hoje nas sociedades democráticas tem suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro “*mass media*”, a imprensa.” (TRAQUINA, 2005b, p. 33).

É precisamente nessa época, cuja característica fundamental é a emergência do paradigma da racionalidade, que a humanidade, guiada pela objetividade do método científico e pela ideia de progresso, novamente assume o protagonismo de sua própria existência, depois de séculos de sujeição aos desígnios da natureza manifestados sob a forma de crenças em monstros marinhos, bruxas, misticismo, fenômenos sobrenaturais, etc. Trata-se de um processo

---

que foi sendo gestado por um longo tempo, atravessando o Renascimento e alcançando sua plenitude a partir do limiar do século XIX.

Para Max Weber (2013, p. 30-31), a modernidade se caracteriza pela racionalização, pela intelectualização e, sobretudo, pelo “desencantamento do mundo”. Esse racionalismo permeou as esferas da política e da economia, dando origem à burocratização da vida social moderna e desvelou as interpretações religiosas e mágicas do mundo:

A intelectualização e a racionalização crescentes não equivalem, portanto, a um conhecimento geral crescente acerca das condições em que vivemos. Significam, antes, que sabemos ou acreditamos que, a qualquer instante, *poderíamos, bastando que o quiséssemos*, provar que não existe, em princípio, nenhum poder misterioso e imprevisível que interfira com o curso de nossa vida; em uma palavra, que podemos *dominar* tudo, por meio da *previsão*. Equivale isso a despojar de magia o mundo. Para nós não mais se trata, como para o selvagem que acredita na existência daqueles poderes, de apelar a meios mágicos para dominar os espíritos ou exorcizá-los, mas de recorrer à técnica e à previsão. Tal é a significação essencial da intelectualização.

Esse processo de racionalização da vida foi a expressão do desejo do homem de dominar o mundo, especialmente, por intermédio da ciência e do uso da técnica. Sob o ponto de vista filosófico, é quando a humanidade toma consciência da existência da ordem e de como ela pode ser utilizada para organizar e administrar a sociedade moderna. Esses ideais serviram como referência para o espírito de toda uma época e também foram determinantes para a expansão da imprensa, haja vista que “O surgimento deste novo jornalismo não ocorre de forma isolada e divorciada no contexto social e intelectual.” (TRAQUINA, 2005a, p. 51).

O campo jornalístico, portanto, começa efetivamente a adquirir corpo histórico nas sociedades ocidentais durante a modernidade do século XIX, conforme a industrialização, a urbanização dos grandes centros e o desenvolvimento da tecnologia vão promovendo a consolidação do modo de produção capitalista. Nas palavras de Sousa (2008, p. 109):

A legislação liberal, a abolição de taxas, as inovações tecnológicas trazidas pela Revolução Industrial, a consolidação da economia de mercado, a urbanização, a ascensão da classe média urbana e a modernização social (urbanização, alfabetização, intervenção cívica, partidos políticos, direito de voto, etc.) consubstanciaram-se como os factores por trás do desenvolvimento que o jornalismo conheceu no século XIX.

Nessa época de grandes transformações, o novo jornalismo foi sendo moldado de acordo com o propósito maior de priorizar a produção de notícias objetivas baseadas em fatos em detrimento de propaganda política sustentada por opiniões e, desta forma, reivindicava assumir a função social de porta-voz dos assuntos de interesse público.

Outro fator preponderante para a afirmação da legitimidade do jornalismo foi a defesa do discurso de luta pela liberdade, caracterizado pela oposição às formas de governo antidemocráticas e autoritárias. A propósito disso, Traquina (2005a) argumenta que a afirmação da legitimidade do jornalismo encontra guarida na teoria democrática do Estado, tendo por base uma relação de antagonismo ao poder político. Conforme o autor:

Com a legitimidade da teoria democrática, os jornalistas podiam salientar o seu duplo papel: como porta-vozes da opinião-pública, dando expressão às diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser tidas em conta pelos governos, e como vigilantes do poder político que protege os cidadãos contra os abusos (históricos) dos governantes (TRAQUINA, 2005a, p. 47-48).

Essa identificação com a teoria democrática foi imprescindível para que o jornalismo fosse reconhecido como um serviço público necessário à sociedade e ao funcionamento do próprio Estado moderno, na medida em que suas funções ajudam a combater eventuais arbitrariedades e transgressões cometidas nos círculos de poder governamental que representem potencial ameaça ao interesse público. Essa obrigação moral, portanto, fundamenta o discurso de legitimação do jornalismo, o qual, segundo Gomes (2009, p. 70), baseia-se na “ideia de que aquilo que for do interesse e da concernência da cidadania será objeto eminente do serviço que o jornalismo presta à sociedade.”

Todo esse processo ajuda a melhor compreender a história de legitimação social da imprensa como uma instituição importante da esfera pública, fundamental para a formação do Estado moderno, bem como para o amadurecimento dos regimes democráticos, pois, ao conferir à notícia um valor institucional, o jornalismo fomenta o debate e a formação de um espírito público com vocação para os acontecimentos da vida gregária que se constituía na era moderna.

---

Conforme observa Traquina (2005b, p. 34), sob a influência dos ideais vigentes à época, este novo paradigma consagrou características e princípios basilares como notícia, objetividade, noção de serviço público, independência, busca da verdade, os quais ainda hoje orientam e distinguem a atividade jornalística profissional.

As diferentes modalidades de “jornalismo amador” praticadas principalmente nas redes digitais, graças à evolução das tecnologias de informação e comunicação, naturalmente carecem de formação técnica especializada, de recursos econômicos e de infraestrutura que lhes permita produzir conteúdo jornalístico profissional com a qualidade que se espera desta profissão. Não por acaso, o fenômeno das *fake news* se tornou um problema que repercute em escala global, com potencial de desestabilizar regimes democráticos.

Daí a razão da essencialidade do jornalismo profissional e das funções sociais que ele tem a cumprir, baseando-se em princípios éticos e técnicos de apuração de fatos e de redação, para fazer contraponto ao crescente volume de desinformação circulante nas redes sociais. Portanto, sendo a notícia o produto final, eis então a necessidade de dar-lhe um tratamento que preze sempre pela busca de relatos fidedignos dos acontecimentos de interesse público.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Embora a queda nas vendas, o enfraquecimento da credibilidade e a migração da audiência para outras mídias possam enganosamente sugerir a decadência da atividade jornalística, ainda assim, não se deve negligenciar que o jornalismo é um campo arraigado na vida social e investido de uma legitimidade institucional construída historicamente.

Ademais, à medida que as sociedades vão se tornando mais complexas, é natural que surjam novos veículos aptos a participar dos processos comunicacionais, no entanto, isso não implica necessariamente a falência ou a extinção do campo jornalístico.

Ao analisar a estrutura da comunicação midiática digital no ciberespaço, Lévy (1999, p. 188) levanta questionamentos sobre a necessidade do trabalho dos jornalistas para manter o público atualizado em uma realidade de ampla possibilidade de acesso à internet e de participação de todos, a qual permite que as pessoas busquem as informações de seu interesse, prescindindo de intermediários no dilúvio informacional do ciberespaço.

---

Ao contrário do que defende o autor, entretanto, o contexto comunicacional contemporâneo permite interpretações diversas. Uma instituição arraigada na vida social não desaparece repentinamente. Por isso, quanto maior o volume de conteúdos produzidos e compartilhados, inclusive *fake news*, ainda mais árduo e necessário será o trabalho de profissionais dotados de conhecimento e competência técnica para separar o joio do trigo.

Não por acaso, diversos serviços de monitoramento e checagem de conteúdos duvidosos foram criados por veículos de imprensa nos últimos anos, a exemplo de “Estadão Verifica”, do jornal *O Estado de S. Paulo*; “Fato ou Fake”, do *Grupo Globo*; “Holofote”, do jornal *Correio Brasiliense*, os independentes “Aos Fatos” e “Lupa”, entre outros, cujo objetivo é combater o espalhamento da desinformação na internet.

Iniciativas como essas são importantes porque o jornalismo profissional produz um efeito de ancoragem em relação à realidade, visto que ajuda a construir uma representação dos principais acontecimentos que estruturam a esfera pública. Sentir-se informado reforça a experiência de pertencimento à sociedade, pois reduz a sensação de estar à deriva e em estado de isolamento. O consumo cotidiano de informações é um meio de se inserir em um contexto histórico, econômico, político e cultural (CHRISTOFOLETTI, 2019, p. 12).

Análises apocalípticas sobre o jornalismo, talvez, sejam motivadas pelo fato de este campo profissional estar historicamente identificado com o seu suporte impresso, que obviamente está em vias de desaparecer com o aprofundamento da era da comunicação digital e a irreversível redução das tiragens dos jornais. A essência do trabalho jornalístico, no entanto, consiste em um conjunto de competências baseadas em técnicas de apuração, seleção, hierarquização e de difusão dos acontecimentos mais relevantes da atualidade para levá-los ao conhecimento do público sob a forma de notícias.

Portanto, é possível concluir que, quanto maior o acesso às redes digitais e a participação do público nesse ambiente, tanto maior será o dilúvio informacional produzido no ciberespaço. Embora isso possa sugerir maior liberdade de informação, livre de qualquer controle hierárquico, poucas pessoas estariam capacitadas e dispostas a investir diariamente tempo e esforço para selecionar, avaliar, organizar, priorizar e difundir as informações mais relevantes para o interesse público. Por isso o exercício dessa competência técnica especializada, à semelhança de uma curadoria da informação noticiosa, revela-se extremamente necessária ao

---

funcionamento das sociedades democráticas e torna o jornalismo profissional cada vez mais imprescindível ao combate à desinformação na era da comunicação digital contemporânea.

## REFERÊNCIAS

CHRISTOFOLETTI, R.. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

GOMES, W. S.. **Jornalismo, fatos e interesses: Ensaio de teoria do jornalismo.** Florianópolis: Insular, 2009.

GOMES, W.; DOURADO, T. M. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33>. Acesso em: 27 maio 2022.

LEMOS, A. Cibercultura. Alguns pontos para compreender a nossa época. In: LEMOS, A; CUNHA, P. (Orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

NIETZSCHE, F. W. **O livro do filósofo.** Tradução: Ana Lobo. Porto: Rés, 1984.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel.** Salvador: EDUFBA, 2015.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente.** 2008. Biblioteca online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>. Acesso em: 27 maio 2022.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2005a.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2005b.

WEBER, M. **Ciência e política: duas vocações.** Tradução: Leonidas Hegenberg e Octany Silveira da Mota. São Paulo: Cultrix, 2013.

---

**O discurso político no jornalismo online do O Imparcial:  
a democracia digital a partir da interatividade<sup>24</sup>**

**Political speech in the online journalism of “O Imparcial”:  
digital democracy through interactivity**

Bárbara dos Reis LAURIA<sup>25</sup>  
Patrícia Rakel de Castro SENA<sup>26</sup>

**RESUMO**

Este artigo tem o objetivo de apresentar o processo discursivo político do jornalismo online no jornal O Imparcial, a partir da interatividade no contexto da democracia digital, percebendo o papel do leitor na construção do discurso. Para a análise, foram coletadas notícias de cunho político entre 2019 e 2020, e analisadas segundo as técnicas de Análise de Discurso, notando um uso escasso da interatividade e o afastamento da democracia digital.

**PALAVRAS-CHAVE**

Democracia digital; interatividade; discurso político; jornalismo online; O Imparcial.

**ABSTRACT**

This article aims to map the political discursive process of online journalism in the Maranhão's newspaper O Imparcial from Interactivity in the context of digital democracy, to understand the role of the reader in the construction of the discourse. To conduct the analysis, political news was collected between 2019 and 2020, published on the Imparcial Online portal and analyzed according to Discourse Analysis techniques.

**KEYWORDS**

Digital Democracy; interactivity; political speech; online journalism; O Imparcial.

---

<sup>24</sup> Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>25</sup> Estudante do 8º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA); e-mail: [barbaradrlauria@gmail.com](mailto:barbaradrlauria@gmail.com)

<sup>26</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA); e-mail: [sousalm@usp.br](mailto:sousalm@usp.br)

---

## INTRODUÇÃO

Rost (2014), ao definir o que seria a interatividade dentro da comunicação, explica que ela passa por processos de mudança junto com o jornalismo, ou seja, a interatividade não é uma característica exclusiva do ciberjornalismo<sup>27</sup>, ela esteve presente em todas as outras fases, ainda que de formas mais limitadas e controladas.

Esse conceito de evolução da interatividade é perceptível em Barbosa e Silva (2018, p. 4) ao apresentarem as quatro fases do desenvolvimento dos gêneros ciberjornalísticos estabelecidos por Salaverría e Cores (2005). A inovação representa a fase mais moderna do ciberjornalismo em que há a “Criação de um gênero totalmente novo” com uso da interatividade para a construção desse novo estilo textual com infográficos, vídeos, fotos, hipertextos e outras diversas ferramentas que auxiliem o leitor a seguir sua própria narrativa.

A criação desta narrativa a partir da interatividade também é apresentada por Rost (2014, p. 55) ao definir dois tipos de interatividade que são usadas para “dar maior poder aos utilizadores tanto na seleção de conteúdos (interatividade seletiva) como em possibilidades de expressão e comunicação (interatividade comunicativa)”. Ou seja, o leitor passa a participar da construção do discurso presente naquela notícia, seja adicionando informações, conteúdos ou debates etc., a partir da interatividade comunicativa; ou criando sua própria linha narrativa para a construção deste discurso, auxiliado pela interatividade seletiva.

A interatividade seletiva é uma das características principais para a evolução das fases dos gêneros ciberjornalísticos citados por Barbosa e Silva (2018), tendo em vista que essa mudança se dá principalmente na estrutura textual e nas plataformas em que as notícias vão ser publicadas e divulgadas.

O Imparcial Online está inserido na segunda e terceira fase citada por Barbosa e Silva (2018), a do enriquecimento e da renovação, já que ele passou por uma mudança estrutural e a divisão da redação para que ocorressem produções específicas para o veículo online e o seu

---

<sup>27</sup> Entende-se ciberjornalismo como a prática do jornalismo com ajuda de ferramentas do ciberespaço, enquanto o jornalismo online é aquele que ocorre de forma simultânea em que é consumido, conforme define Mielnicsuk (2003). Mesmo compreendendo as distinções básicas entre os conceitos, neste estudo os usamos de forma sinônima para identificar um jornalismo feito, distribuído e consumido no e para o ambiente plataformizado, digital e em rede.

---

público. Contudo, o jornal ainda não chegou à última fase, pois continua no processo de mudanças e adaptação de uma equipe voltada para o portal ([oimparcial.com.br](http://oimparcial.com.br)).

Já a interatividade comunicativa, segundo Rost (2014) é aquela que em que o utilizador pode agregar na construção do discurso através de comentários, e-mails, mensagens e outros tipos de ações comunicativas.

Ela se torna mais presente, principalmente, nas Redes Sociais Digitais (RSD) do jornal, e, embora a escolha do tipo de conteúdo que será publicado em cada rede ocorra a partir da interatividade seletiva<sup>28</sup>, a interatividade que ocorre nas RSD é majoritariamente comunicativa. Em seu artigo, Seligman (2017, p. 2) cita Recuero (2006, p. 1) e diz:

A rede é uma metáfora que é estabelecida para descrever o comportamento desse sistema de interações, um “comportamento coletivo que é gerado pelos diversos indivíduos em uma mesma rede social, e que impacta e é impactado pelo sistema social”.

A construção de um discurso não termina com o fim da matéria, mas se abrange, e agrega conhecimentos, a partir dos debates que são iniciados por ela, seja por comentários no próprio post do jornal, ou por acréscimos que o leitor faz ao compartilhar o link daquela notícia.

Na esfera política, conflito e divisão são inevitáveis, e a conciliação, na maioria das vezes, é indesejada porque são marcadores de poder. Trata-se da mesma observação de Mouffe (2006) quando ele fala do pluralismo agonístico. Ou seja, o dissenso é condição de existência da democracia. (MORAES, 2018, p. 8).

A interatividade comunicativa, além de permitir que conhecimentos sejam agregados ao do jornalista para construir o discurso, também amplia o exercício da democracia dentro dos espaços cibernéticos, já que permite a apresentação de diversos olhares sobre o mesmo objeto.

---

<sup>28</sup> A interatividade seletiva também se refere a escolha de conteúdos que serão consumidos pelo próprio utilizador. No caso do jornal O Imparcial, como explicado no primeiro capítulo, foi realizada uma pesquisa com o Social Mídia da empresa para criar um perfil dos leitores da página em cada RSD (*Instagram, Twitter e Facebook*) para fazer publicações de acordo com a preferência do utilizador.

Seligman (2017, p. 90) ainda chama esses espaços para comentários e debates de “o quinto poder<sup>29</sup> – população criticando e tentando tomar a frente do que é publicado na imprensa”, o que garante a democracia dentro da web já que os leitores se tornam participativos e não estão mais presos unicamente a versão do jornalista sobre aquela pauta.

Esse “quinto poder”, citado por Seligman, seria um resultado do efeito de verdade apresentado por Charaudeau (2009), já que as críticas que surgem nesses comentários muitas vezes não partem de uma análise científica, mas da subjetividade do próprio leitor ao construir o discurso e sua opinião pessoal sobre determinado assunto. Segundo Moraes (2019, p. 19), “isso acontece porque cada interlocutor recorta cognitivamente aquilo no qual quer acreditar”.

Moraes (2019) ainda acrescenta que, nesses debates, há uma tentativa explícita de persuasão em cada comentário para tentar mudar a opinião do “adversário”, mesmo que este demonstre não estar disposto a mudar de ideia. A autora caracteriza essa situação como uma das características dos discursos políticos.

Contudo, Van Dijk (2012) prevê que nem sempre o uso dessa interatividade comunicativa vai resultar em debates democráticos, já que podem ocorrer omissões ou distorções sistemáticas de informações que resultam no abuso de poder, como, por exemplo, em uma matéria política que foi escrita usando fatores, termos e uma construção semântica que exaltasse um determinado alinhamento político, os utilizadores vão ter uma imagem distorcida ou unilateral daquele tema, e isso influenciará no rumo dos debates.

No Imparcial essa preferência pelas redes sociais para ter um retorno do público é nítida. O Jornal sempre opta por publicar em suas páginas no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* as matérias mais relevantes ou que possam ser de maior interesse do público.<sup>30</sup> Apesar dessa escolha de matérias ser baseada em uma pesquisa realizada pelo *social mídia* da empresa, ainda há um poder do jornal para escolher quais são as pautas que são relevantes para a publicação.

---

<sup>29</sup> Numa releitura dos textos de Nelson Traquina e os trazendo para explicar o contexto específico brasileiro, o jornalismo seria uma espécie de quarto poder, por exercer influência através da mídia tanto na população quanto nos três poderes destacados no Estado Democrático. No caso, o quinto poder estaria acima do jornalismo, pois se refere às críticas e interação do povo. Claro que, para esta pesquisa, não se pensa esse status de “quarto e quinto” poder como formas legítimas, legais e institucionais de constituição da democracia formal. Mas se faz referência aos respectivos termos para evidenciar o grau de importância e centralidade de uma imprensa livre e da participação de seus usuários interatuantes (como geradores também de conhecimento válido) para o fortalecimento de sociedades democráticas.

<sup>30</sup> Informações obtidas através de entrevista com a Coordenadora de Conteúdo do portal [oimparcial.com.br](http://oimparcial.com.br)

Além de questionarem em quantas plataformas serão publicadas aquelas notícias, existe também o questionamento de quais plataformas serão postadas, visto que algumas, como o *Facebook*, resultam em mais engajamento com os utilizadores do que outras, como o *Instagram*, já que não há ferramentas que permitem uma melhor interatividade comunicativa para agregar na construção daquele discurso.<sup>31</sup>

Ou seja, as RSD se tornam o maior local de construção conjunta do discurso, tendo em vista que nesses ambientes é onde ocorre a construção da interação conjunta. Rost (2014, p. 72) ainda destaca: “de acordo com diferentes autores, as redes sociais não são meras ferramentas, mas novos ecossistemas jornalísticos e metáforas das novas relações”. Contudo, o objetivo deste artigo é perceber o exercício da democracia digital dentro do próprio texto jornalístico no portal do O Imparcial Online.

Ainda para a construção do discurso além da redação, é importante levar em consideração a subjetividade do utilizador, além dos contextos em que estão inseridos tanto o jornalista que escreveu a reportagem quanto o próprio utilizador.

Vale lembrar que, segundo Van Dijk (2012), o contexto utilizado para construir o discurso não é apenas o universal em que ele se insere, mas também aquele que é criado, tanto pelo jornalista quanto pelo utilizador, para legitimar aquela mensagem que quer ser passada. Charaudeau (2009) ainda ressalta que o valor da verdade tem sua própria subjetividade para construir aquele texto, que está inerente a qualquer limitação imposta pelo veículo. Essa subjetividade pode ajudar a participar do discurso a partir da interatividade comunicativa.

Segundo o autor, a pretensão da credibilidade jornalística precisa ser definida em termos de “valor de verdade” e de “efeito de verdade”. O efeito de verdade se dá a partir da construção do discurso com auxílio de conhecimentos científicos externos ao homem e o uso de técnicas que garantam a explicação. Já o “valor da verdade” ocorre a partir da subjetividade do utilizador e a forma como ele se relaciona com o mundo. O valor da verdade seria a credibilidade fundada em um “saber da opinião”.

---

<sup>31</sup> Na página do *Facebook* existem ferramentas como o compartilhamento com comentários, em que o utilizador pode acrescentar informações àquela notícias e links para direcionar ao site da notícia, diferente do *Instagram*, em que é permitido apenas compartilhar a imagem.

---

## 2. O IMPARCIAL

A partir de 2017 O Imparcial passou por mudanças em sua redação, tanto estrutural como organizacional. Tido como uma espécie de “Buzzfeedização”<sup>32</sup>, a empresa passou a ter mais presença na plataforma online e nas redes sociais digitais (RSD), com produção de conteúdo específico para estas plataformas, sem falar na separação da redação do impresso com a redação do portal / plataformas digitais e online.

Em 2019, contudo, devido aos cortes nos gastos, a redação se mudou para um só lugar, onde a equipe do jornal impresso e a do site dividem o mesmo espaço, embora trabalhem substancialmente em horários diferentes. Mesmo que tenha equipe do online trabalhando também à tarde, esta concentra sua maior produção no período matutino. Durante todo o dia há produção de conteúdo para as plataformas digitais, mas só à tarde há produção para o impresso.

Após essas mudanças, o portal do O Imparcial Online passou a fazer parte da segunda e terceira fases da interatividade no ciberjornalismo citada por Barbosa e Silva (2018), tornando-se, possivelmente, mais próximo da democracia digital do que outros periódicos online maranhenses.

Levando em consideração a função de educar e informar do jornalismo, conforme explica Dantas (2009), e presumindo uma produção de um jornalismo político que incentive e possibilite a interatividade comunicativa como condição educativa midiática para que seus leitores tenham condições de tomarem melhores decisões de cunho político, é importante compreender de que forma esta informação acontece de forma democrática com o uso da interatividade e em até que ponto o leitor tem papel na construção da realidade.

A imprensa pode ser considerada formadora de opinião, pois tem a capacidade de padronizar o povo, captar as representações de uma época, além de funcionar também como um veículo educativo, já que funciona como um elo centralizador das opiniões da elite intelectual (DANTAS, 2009, p.10).

---

32 O termo "Buzzfeedização" é usado para caracterizar a aproximação com o estilo de publicação do site "buzzfeed.com", em que as matérias jornalísticas são produzidas de formas dinâmicas, como listas ou curiosidades, e com um linguajar menos tradicional do jornalismo, método que viralizou rapidamente nas redes sociais e atraiu mais leitores.

---

Tendo isso em vista, esta pesquisa tenta relacionar tais conceitos citados aqui para tentar responder como o discurso político no jornalismo online do O Imparcial pode influenciar aspectos da democracia digital a partir do conceito de interatividade.

#### **4. METODOLOGIA**

Esta pesquisa é qualitativa, exploratória e interpretativa. Para a coleta dos dados que serão analisados (notícias online da editoria de política do jornal O Imparcial) foi utilizado o método de E-clipping<sup>33</sup>, e como instrumento analítico, a análise de discurso.

O E-clipping foi feito durante uma semana do mês de outubro de 2019 e do mês de abril de 2020. Essas semanas foram escolhidas através de um sorteio realizado de forma eletrônica pelo site sorteador.com. As semanas sorteadas foram as do dia 14 ao dia 20 de outubro de 2019 e do dia 7 ao dia 12 de abril de 2020. Também foi realizada uma entrevista com a equipe de jornalismo online do Imparcial para compreender o processo de produção do jornal.

#### **5 RESULTADOS**

##### **5.1 Análise de discurso**

Após destacado o conceito de interatividade em Host (2013), e sua importância na construção da realidade, começamos a análise para identificar fatores que respondam às perguntas levantadas no início desta pesquisa.

Levando em consideração a definição da análise de discurso levantada por Gill (2002), destacamos, dentre as 63 matérias coletadas, as 10 com mais engajamento na página do jornal do *Facebook*<sup>34</sup>, sendo cinco referentes ao mês de outubro de 2019 e cinco referentes a abril de 2020. Para este artigo, serão analisadas apenas duas notícias das matérias coletadas.

##### **5.2 Contextualização das matérias**

---

<sup>33</sup> O método do E-clipping consiste em selecionar notícias de um determinado assunto e catalogar de acordo com a data de publicação.

<sup>34</sup> Rede social que gera mais engajamento e interações com o leitor do jornal O Imparcial, segundo entrevista com a empresa.

O primeiro ponto a ser destacado é a escassez na contextualização das matérias políticas. Existe uma retomada aos acontecimentos mais recentes que desencadearam aquela notícia, porém, não há uma contextualização para a compreensão do porquê aquilo aconteceu, ou é relevante. No livro *Discurso e Contexto*, Van Dijk (2012) apresenta uma série de pistas usadas para a contextualização do discurso e a construção daquela mensagem a partir de macetes utilizados tanto na fala quanto na escrita. Essas pistas não servem apenas para construir o contexto daquele discurso, mas também para direcionar o caminho que aquela mensagem vai seguir. Ao não fazer o uso de macetes textuais para chegar a uma contextualização da notícia, a direção que o texto irá tomar pode afetar na construção da realidade para pessoas que não acompanham regularmente o cenário político brasileiro desde 2018<sup>35</sup>, tendo uma visão distorcida do caso.

Um exemplo é a matéria publicada no dia 15 de outubro de 2019 (figura 1).

Figura 1. Alexandre Frota diz que Pablo Vittar seria ministra melhor que Damares



Fonte: O Imparcial Online.

A princípio, quando se lê o título, a primeira impressão é de que a matéria poderia ser do gênero de “celebridades”, em que é abordado o cotidiano e intrigas de personalidades. Contudo, o uso da palavra “ministra” já nos remete que a matéria se trata de algo do setor da política brasileira.

<sup>35</sup> Ano das eleições brasileiras para presidência, em que consideramos, nesta pesquisa, como um ponto de virada para a crise política e polarizações ideológicas existentes no Brasil até o ano da produção deste trabalho (2020).

À medida que a matéria é escrita, compreendemos que trata da repercussão de uma reportagem publicada na *Revista Times*<sup>36</sup> sobre a cantora Pablllo Vittar, em que ela afirmou “ter vergonha” de ser brasileira, devido ao presidente Jair Bolsonaro. Contudo, há um descaso com a contextualização do cenário político que proporcionou todos os acontecimentos citados na matéria, como o histórico dois apoiadores do presidente, da Ministra da Cultura, e do próprio presidente de ataques contra a comunidade LGBTQ+, e o fato da cantora Pablllo Vittar uma das representantes do movimento LGBTQ+, fazendo com que um leitor, que não estivesse acompanhando o cenário político nos últimos meses, ou até mesmo não tivesse conhecimento de quem é a cantora, construísse em sua realidade que tanto o comentário da cantora para a *Revista Times*, quanto o do deputado em sua página no *Twitter*, foi apenas um ataque aos seus ex-colegas de partido e ao governo Bolsonaro, sem compreender outras realidades possíveis que seriam compreendidas por um leitor que já tem um prévio conhecimento do cenário político brasileiro.

### 5.3 Construção da verdade

Outro ponto importante a ser destacado é a compreensão do termo imparcialidade como algo não alcançável, levando em consideração, principalmente os conceitos de “efeito de verdade” e “valor de verdade”; conforme Patrick Charaudeau (2009) apresenta, já que a verdade é construída a partir de técnicas, ou elementos contextuais, como aponta Djik (2012), e também da subjetividade do receptor, como também é exposto por Van Dijk (2012, p. 35) ao dizer que “sem esses esquemas e categorias culturais, os participantes não conseguiriam entender, representar e atualizar situações sociais às vezes altamente complexas em tempo real”.

No caso das notícias políticas analisadas do jornal *O Imparcial* online, de forma majoritária, todas usam macetes para garantir a veracidade do fato, tirando a responsabilidade do jornal, e passando essa responsabilidade para terceiros, sejam agências de notícias, seja a fala de algum político. No caso das agências de notícias, no local de identificação do autor da matéria, há uma observação de qual agência de notícia as informações foram adquiridas. Normalmente, isso acontece em matérias de política nacional, em que há uma certa distância

---

<sup>36</sup> A revista *Times* é uma revista estadunidense publicada semanalmente e conhecida por destacar as pessoas com maior poder e influência no mundo.

do jornalista com a fonte da informação (Brasília), como no caso da matéria sobre o deputado Alexandre Frota e a cantora Pablla Vittar.

Já no caso das matérias locais, em que a apuração das informações é realizada pela própria redação, há um constante uso de macetes que reforcem que aquilo não está sendo dito pelo jornal, mas sim por um terceiro, como o uso dos termos “De acordo” “Segundo” “Diz ainda”, usados na matéria, a respeito do pedido do governador do Maranhão, Flávio Dino, à população para que não viaje durante a semana santa devido à pandemia da Covid-19<sup>37</sup>, publicada no dia sete de abril de 2020. Ao longo do texto, o repórter, identificado por ser uma matéria local, dá a notícia a partir do discurso realizado pelo governador do Maranhão, enfatizando que é uma informação do Estado e não uma opinião do jornal. É importante também destacar que, com a intensificação da crise política brasileira devido à pandemia da Covid-19, o jornalismo tradicional passou por frequentes ataques de apoiadores do governo, que passou a representar um grupo contrário às medidas mais drásticas de prevenção do vírus no país.

O uso desses macetes ajuda na construção da veracidade para a notícia, pois informa que o que está sendo dito naquela matéria não é uma opinião ou um posicionamento explícito do jornal, mas apenas o ato de levar a informação dita por alguma autoridade, o que traz confiança para o leitor, pois há uma terceira pessoa, que não é o jornal, afirmando que aquilo realmente aconteceu.

#### **5.4 A interatividade presente no jornalismo político do Imparcial Online**

Levando em consideração o conceito e as classificações de interatividade segundo Host (2013), citada anteriormente neste artigo, passamos a analisar quais manifestações interativas estão presentes no discurso jornalístico da editoria de política do Imparcial Online.

Ao analisar as notícias percebe-se que a interatividade seletiva tem presença majoritária, principalmente em matérias com incorporação de tuítes, em que o leitor tem a possibilidade de, não só ver com os próprios olhos a veracidade da notícia, acompanhar o fato além da matéria e criar a realidade sobre aquele evento além dos enquadramentos da notícia.

---

<sup>37</sup> A pandemia do vírus descoberto em dezembro de 2019 causou impacto na já existente crise política brasileira, intensificando-a e refletindo nas matérias do jornal O Imparcial Online, em que, agora, a editoria de política, frequentemente, é trabalhada em conjunto com matérias da editoria específica para o Coronavírus.

É o caso da matéria a respeito do deputado Alexandre Frota, citada anteriormente. Como a matéria aborda um ocorrido no *Twitter*, foi incorporada na notícia (figura 2) a postagem do deputado, de forma que o leitor pudesse acompanhar com seus próprios olhos o fato ocorrido, e os possíveis desdobramentos que aquela situação poderia vir a ter. O acréscimo dessa postagem pode dar a liberdade para o leitor construir a realidade daquele discurso de forma mais autônoma e fora do enquadramento do repórter, pois ele passa a ter acesso a outras postagens, respostas ao comentário e compartilhamentos com acréscimos de informações e opiniões, que não estão presentes no texto do jornalista.

**Figura 2.** Publicação a respeito do deputado Alexandre Frota



Fonte: O Imparcial online.

Já a interatividade comunicativa é muito escassa e quase imperceptível dentro do discurso do jornalismo político do O Imparcial online. Essa interatividade está mais presente em matérias locais, em que todas as informações, falas e dados foram coletados e redigidos pela redação da empresa. Em matérias em que a apuração foi feita pelo próprio jornal, é inserido na matéria a foto e o nome do jornalista que a escreveu, facilitando o contato daqueles que têm algo a acrescentar.

Contudo, não se percebe a presença da população nas matérias de políticas do jornal, e nem a construção do discurso em conjunto com o leitor. O que se nota é uma preocupação do jornal em mostrar apenas o lado dos diferentes polos políticos para um público que se torna apenas espectador; sendo capaz de apenas decidir como será o consumo daquele discurso, porém, sem poder mudar o direcionamento que é dado através dos macetes textuais. Isso afeta, inclusive, a democracia digital, pois a falta da interatividade comunicativa, faz com que seja

---

exposto apenas os dois lados da crise política brasileira, mas não o lado da população, que acaba mantendo seu papel de expectador diante do estado.

### **5.5 Há presença da Democracia digital?**

Gomes (2005), ao falar sobre democracia digital, vai ressaltar que, apesar de as ferramentas da internet permitirem um contato direto do povo com o Estado, nem sempre o povo é escutado e a comunicação se torna unilateral. Mesmo que haja interação e participação do povo nas decisões do Estado, elas não são necessariamente levadas em consideração.

A esfera política se mantém, mas o Estado se torna mais poroso à participação popular, permitindo que o público não apenas se mantenha informado sobre a condução dos negócios públicos, mas também que possa intervir deliberativamente na produção da decisão política (GOMES, 2005, p. 219).

Como foi dito anteriormente, a interatividade comunicativa auxilia no exercício da democracia, pois permite a construção do discurso em conjunto com os leitores, podendo, assim, mostrar os diversos lados do tema abordado. Contudo, não é o que percebemos nas notícias analisadas. Além de ser escassa a manifestação da interatividade comunicativa, que faz com que o discurso daquelas matérias seja apenas dos dois polos políticos presentes no Estado; a falta de contextualização, que reflete diretamente no direcionamento do discurso, faz com que as matérias sejam direcionadas a um público que já possui um certo conhecimento político entre os anos de 2018 e 2020. Influenciando, inclusive, construção de realidade para leitores com conhecimentos prévios diferentes.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Tendo em vista tudo que foi analisado anteriormente, percebe-se que, apesar de o discurso político de O Imparcial Online possuir uma linguagem compreensível e fazer uso de macetes textuais (como as postagens de redes sociais incorporadas na notícia, para que haja fácil compreensão da maioria dos leitores), as matérias produzidas são direcionadas para um público-alvo que tenha um prévio conhecimento do contexto político brasileiro desde o ano de 2018, o qual terá a compreensão daquele discurso. Não é dirigido necessariamente para pessoas

com maior escolaridade ou classe econômica, mas que tenham acompanhado as notícias e os acontecimentos recentes, pois o discurso é construído a partir do preceito que o leitor daquela notícia já disponha de conhecimentos existentes e por isso não precise de uma contextualização, mas apenas de um resgate dos acontecimentos recentes.

Seguindo o pressuposto de valor de verdade, a imparcialidade se torna inalcançável já que a verdade apresentada naquela notícia foi construída com o uso de técnicas e ferramentas para evidenciar o enquadramento que se está querendo ser transmitido, mesmo que de forma não proposital; pois, como Rosalind Gill (2002) explica sobre a análise do discurso, até mesmo o uso de um termo ao invés de outro há um processo de significação por trás, mesmo que imperceptível para o próprio emissor.

Por isso, conclui-se que o papel do leitor está relacionado apenas com o engajamento e o compartilhamento das matérias nas RSD. Contudo, é raro o papel do leitor na construção do discurso da notícia, sendo sua função auxiliar no direcionamento daquele discurso e na construção da realidade a partir de seus conhecimentos pré-existentes, fazendo com que exista uma realidade construída para cada leitor.

Por fim, percebemos que, por ainda estarmos distante de uma democracia digital, tal como foi proposta por Gomes (2005), a escassez da interatividade comunicativa deixa o discurso político do O Imparcial Online ainda mais distante dessa democracia, fazendo que o público permaneça sendo espectador do Estado. Contudo, com o uso da interatividade seletiva e o uso de ferramentas como as RSD podem trazer uma falsa sensação de que essa democracia digital já está sendo posta em prática, pois agora o leitor tem contato direto com os fatos, ainda que não seja escutado a respeito deles.

## REFERÊNCIAS

BARBOZA, Eduardo Fernando Uliana *et al.* Infografia multimídia como gênero ciberjornalístico e suas possibilidades interativas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais**. [...]. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0593-1.pdf>. Acesso em: 30 maio 2020.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI / LabCom, 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

DANTAS, Maria Cristina de Miranda. **O Papel Político Educacional do Jornalismo na Sociedade Brasileira**. Orientador: Maria Claudia Dutra Lopes Barbosa. 2009. 46 p. Monografia (Pós-graduação) - Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: [http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias\\_publicadas/t205261.pdf](http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/t205261.pdf). Acesso em: 2 jun. 2022.

DJIK, Teun A. van. **Discurso e Contexto**: uma abordagem sociocognitiva. Tradução de Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto, 2012.

GILL, Rosalind. Análise de Discurso. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto**: imagem e som – um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOMES, Wilson. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. **Fronteiras** – estudos midiáticos, v. VII, n. 3, p. 214-222, 2005. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6394>. Acesso em 08 jun. 2020.

LUCHI, Sissa Souza. A intertextualidade em uma coluna do jornal impresso Atribuna: Marcela Temer, construção de imagem e discurso político. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. **Anais**. [...]. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1544-1.pdf>. Acesso em: 30 maio 2020.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MORAES, Ângela Teixeira de. Limites da racionalidade nos discursos políticos em redes sociais: os estudos retóricos e a apologia da polêmica em questão. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. **Anais** [...]. Porto Alegre: Compós, 2019.

ROST, Alejandro. **Interatividade**: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI / LabCom, 2014.

SELIGMAN, Laura. A construção da cidadania no ambiente interativo online – análises de comentários na fanpage do G1 no Facebook. **Revista Pauta Geral** - Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa, v. 4, n. 2, p. 76-92. Jul./dez 2017. Disponível em: <https://revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/10432/6236>. Acesso em: 30 maio 2020.

---

**Teorias conspiratórias sobre COVID-19 e o ressentimento:  
autoengano, impotência e formação de crenças ilusórias**

**Conspiracy theories of COVID-19 and resentment:  
self-deception, impotence and wishful believe formation**

Gabriel Cabral Gonçalves GOMES<sup>38</sup>

Paulo VAZ<sup>39</sup>

**RESUMO**

O intuito deste trabalho é indagar sobre as condições históricas e psíquicas da emergência de certas crenças. Para tal, partimos das publicações analisadas pelas agências de verificação *Lupa* e *Fato ou Fake* sobre a pandemia, desde a primeira ocorrência. Argumentamos que o conceito de ressentimento, de Nietzsche, é uma chave interessante de interpretação da motivação psíquica de crenças ilusórias.

**PALAVRAS-CHAVE**

Teorias conspiratórias; Pandemia; Ressentimento; Populismo conservador; Psicologia moral

**ABSTRACT**

The goal of this paper is to inquire about the historical and psychic conditions of emergence of certain beliefs. To do so, we begin from the fake posts that have been reviewed by verification agencies such as *Lupa* and *Fato ou Fake*, about the pandemics, since the first occurrence. We argue that the concept of resentment, from Nietzsche, gives a good key to the interpretation of the psychic motivation of wishful believes.

**KEYWORDS**

Conspiracy theories; Pandemics; Resentment; Conservative populism; Moral psychology

---

<sup>38</sup> Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ); bolsista PIBIC/CNPq; e-mail: [gabrielcabral.eco@gmail.com](mailto:gabrielcabral.eco@gmail.com)

<sup>39</sup> Orientador do trabalho. Professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). Pesquisador 1A do CNPq; e-mail: [paulovaz.ufrj@gmail.com](mailto:paulovaz.ufrj@gmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

Nosso trabalho consistiu em recolher publicações falsas de duas agências de verificação, a Lupa e a Fato ou Fake. Recolhemos um total de 440 publicações da Lupa e 374 publicações da *Fato ou Fake*. A primeira verificação foi feita no dia 03 de março de 2020<sup>40</sup>, a última recolhida foi em 31 de maio de 2021, período em que finalizamos nossa coleta para começar a trabalhar com o material. O material foi dividido em categorias, e esta divisão foi basicamente a mesma para as publicações retiradas das duas plataformas, com algumas diferenças. As categorias foram, para a *Lupa*: Vacina, Isolamento, Cloroquina e Tratamento Precoce, Hospitais, Mortes e Outros. Já para a *Fato ou Fake*, achamos relevante adicionar a categoria Máscaras, já que foram encontradas 33 publicações com a temática, quase 10% do *corpus* das publicações retiradas dessa fonte. Na *Lupa*, esse número foi de 13 publicações, o que representou menos de 3% do *corpus*, não justificando a criação de uma nova categoria. Outras 13 publicações incluem máscaras, nas categorias Vacina, Isolamento e Hospitais. Estas têm as máscaras como elemento secundário, utilizando a falta de máscara para desqualificar a vacinação, o isolamento ou a superlotação de hospitais.

Para a construção do nosso argumento, analisamos as publicações falsas, tanto seu conteúdo como o sentido do conteúdo, a fim de mapear as narrativas que se repetiam; procuramos, também, observar o que motiva pessoas a acreditarem e compartilharem essas “versões” dos fatos, presentes nestas publicações. Nós buscávamos o argumento por trás dessas publicações falsas, a que necessidades elas respondiam, a que sujeitos elas poderiam interessar e por que isso interessa a esses sujeitos. Assim como o conjunto de matérias de um jornal contém metainformação de sua comunidade de leitores (GELFERT, 2018), nós pensamos que as publicações falsas contêm metainformação daqueles que as consomem, e também daqueles que as criam. O nosso interesse nas publicações falsas verificadas pelas agências também se justifica pela forma com que essas publicações tentam reclamar credibilidade. Gelfert (2018, p. 100, tradução nossa) argumenta que

---

<sup>40</sup> Não conseguimos ter acesso à primeira publicação falsa sobre a COVID-19 porque nosso acesso é condicionado pelas verificações das respectivas agências de verificação. Essas agências, pelo menos até o momento em que fazíamos esta pesquisa, verificavam publicações sugeridas por usuários das redes sociais *Twitter*, *Facebook* e *Whatsapp*.

Muito da credibilidade inicial das fake news deriva de histórias de fundo do mundo real, e quase todas as *fake news* pretendem ser sobre atores e entidades do mundo real. Afinal, notícias falsas pretendem ser notícias, e não ficção. Muitas histórias de *fake news* não são inteiramente falsas, mas uma mistura de mentiras deliberadas com verdades reconhecidas como meio de ofuscação.

Ou seja, publicações falsas baseiam-se em situações reais, misturando inverdades com conteúdos verdadeiros para enganar seus leitores. Nesse sentido, nós partimos da ideia de que as publicações falsas têm um papel funcional para seus leitores. Partindo disso, nós podemos avaliar que tipo de conteúdo, ou que tipo de argumento, era funcional para os leitores das publicações falsas e nos perguntar por quais razões eles acreditavam nesses conteúdos. Nosso foco foi analisar a variabilidade de narrativas construídas por essas publicações, argumentos em comum que pretendiam manipular os leitores: a construção das categorias foi baseada nesses argumentos em comum; as publicações que se enquadravam em cada categoria serviam justamente para desqualificar a visão hegemônica (da ciência e dos meios de comunicação tradicionais) sobre esses temas. Por exemplo, uma publicação falsa enquadrada na categoria Vacina normalmente indica uma publicação que tenta, de alguma forma, manipular o leitor a desqualificar as vacinas contra a COVID-19.

## **APRESENTAÇÃO DA PESQUISA**

Na primeira etapa da pesquisa, nosso processo foi de coleta das publicações falsas e enquadramento em nossas categorias. Na análise do conteúdo dessas publicações, alguns padrões chamam a atenção: no escopo da Lupa, das 34 publicações dentro da categoria Hospitais, 19 relatavam ou argumentavam em favor da teoria de que os hospitais não estariam com filas de espera, ou que as alas de COVID-19 estariam, na verdade, vazias, ao contrário do que dizia o jornalismo tradicional. Na categoria Mortes, há explícito relato de pessoas sendo enterradas vivas, caixões enterrados vazios ou mesmo de pessoas salvando seus entes queridos que estariam sendo levados à força para constar como corpos mortos pela COVID-19. Ilustrando esta última narrativa, há em particular uma publicação compartilhada mais de 50 mil vezes no Facebook sobre um policial que teria resgatado sua mãe, saudável, de uma ambulância

---

de COVID-19. Ainda na categoria Mortes, foi possível observar uma certa romantização do poder: há várias publicações que relatam que o número de mortes em determinadas cidades teria sido diminuído após “auditorias” de órgãos como a Polícia Federal, visitas de um dos ministros da saúde, ou coisas do mesmo gênero. Essas duas categorias, Mortes e Hospitais, convergem em torno da argumentação de que há uma inflação do número de mortes por COVID-19 e o que pretendem é desqualificar essa visão.

Nas categorias Vacina, Isolamento e Máscaras (para o caso da Fato ou Fake), entendemos que o argumento também converge. Essas publicações induzem o leitor a acreditar que, na verdade, essas medidas de impedimento da transmissão são um risco desnecessário. Para tal, algumas fazem uso de argumentos epistemologicamente deficientes com eventos reais, criando associações falsas. Exemplo: 1) o primeiro país a sofrer as consequências da COVID-19 no mundo foi a China (verdadeiro); 2) a primeira vacina a chegar no Brasil foi a CoronaVac, produzida por um laboratório chinês (verdadeiro). Uma publicação falsa que relaciona essas duas premissas verdadeiras cria um nexos causal entre as duas: em outras palavras, vai dizer que a primeira vacina que chegará é chinesa porque eles já sabiam como produzir a vacina, afinal, geraram o vírus. A imputação de causalidade a eventos não aparentemente relacionados é típico da estrutura de teorias conspiratórias e é possível ver a recorrência desse tipo de argumento nas publicações recolhidas. Outro personagem que aparece com frequência é João Dória, governador de São Paulo à época, e que realizou certos esforços para levar a vacinação a São Paulo com a CoronaVac por intermédio do Instituto Butantan. Dória é particularmente atacado por essas publicações falsas, que geralmente apontam um conluio entre Dória e o esforço de trazer as vacinas. Por exemplo, relatar que Dória já teria assinado os contratos para a vinda da vacina antes mesmo da existência do vírus, o que diria que ele faz parte dessa conspiração. Mais: as vacinas teriam um risco que não valeria a pena e, portanto, muitas publicações relatam que vacinas matam ou prejudicam de alguma forma as pessoas. Já publicações sobre isolamento relatam frequentemente a suposta ineficácia do isolamento comparando a situação de países que fizeram isolamento com a de países que não fizeram. Além disso, frequentemente relatam supostas abordagens policiais violentas contra cidadãos que estariam infringindo a prática do isolamento social: argumentam que a liberdade de ir e vir estaria sendo lesada por medidas autoritárias de controle social; a desordem econômica e social também aparece com muita

freqüência, relatando desemprego, suicídio por causa do isolamento social, saques a mercados. Por fim, há vários casos de tentativa de desqualificação de líderes que propunham o isolamento social, como Dória, Haddad, Flávio Dino; essas publicações relatariam casos em que esses líderes estariam burlando a quarentena. Sobre a categoria Máscaras, geralmente trata-se de relatar dados supostamente científicos de que máscaras causariam danos a quem as usa, como falta de ar por excesso de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) no sangue, etc. Nesses casos, trata-se sempre de argumentar que se corre riscos que não se precisaria correr por causa da pandemia. Em outras palavras, o argumento é sempre direcionado a desqualificar a postura da ciência e dos meios de comunicação tradicionais de que as medidas de prevenção funcionam e, mais que isso, trata-se de inflacionar seu risco para produzir medo das medidas: medo da desordem econômica e social e, portanto, do caos social; medo de tomar a vacina; medo de usar máscaras e, acima de tudo, produzir sensação de que se está sendo enganado por uma elite corrupta e imoral (certos políticos, mídia tradicional e ciência).

No caso da categoria Outros, é possível relatar uma variedade imensa de publicações. Entretanto, o que mais chama atenção são as formas relatadas de se prevenir contra a COVID-19 ou então de se saber infectado ou não com a doença. Embora seja um quadro de temas diversos, o intuito fundamental parece o mesmo das outras: desqualificar o risco da doença, dizer que existem formas fáceis e simples de se prevenir ou de saber que está infectado com a doença. No caso da categoria Cloroquina e Tratamento precoce, o argumento é o mesmo: existe uma forma simples e prática de se prevenir/ou se tratar para a COVID-19 e, portanto, o medo da doença não é justificável.

## **TEORIAS DA CONSPIRAÇÃO, PUBLICAÇÕES FALSAS E O POPULISMO CONSERVADOR**

Podemos pensar as teorias conspiratórias como teorias que respondem a um determinado dado do real, fornecendo sobre ele uma interpretação alternativa. A definição de teorias da conspiração proposta por Keeley (2019) inclui também a imputação de causalidade a certos grupos com relação a esses dados do real. Escreve Keeley: “O que é uma teoria da conspiração? Uma teoria da conspiração é uma explicação proposta sobre algum evento (ou

eventos) histórico(s) em termos da agência causal de um grupo relativamente pequeno – os conspiradores – agindo em segredo” (2019, p. 116, tradução nossa). Essa chave conceitual é fundamental para pensar as publicações falsas recolhidas e analisadas. Grande parte delas parece fazer parte desse escopo maior de desinformação que são as teorias da conspiração. Na verdade, elas parecem movimentar e divulgar essas teorias da conspiração. Nesse sentido, as publicações que sustentam que o isolamento social, as vacinas e as máscaras têm um risco demasiado grande; as publicações que sugerem que as mortes por COVID-19 estão aumentadas; as publicações que sugerem que há formas mais eficazes de se tratar da COVID-19 ou prevenir-se dela: todas elas contêm, implícita ou explicitamente, o argumento de que há poderosos (mídia, ciência e políticos opositores) que mentem em benefício próprio. O que elas supostamente desvelam é essa conspiração sobre não se dizer a verdade acerca da doença. A mídia tradicional, a ciência e os políticos opositores do governo de Jair Bolsonaro estariam mentindo e incitando o medo na população por interesses próprios. Dessa forma, conspiradores agem em segredo para impedir o bem comum.

Essa estratégia de desinformação, a saber, as teorias da conspiração, tem um nexos inevitável com o populismo. Tomemos a definição de populismo de Mudde:

uma ideologia que considera a sociedade sendo dividida, em última análise, entre dois grupos homogêneos e antagônicos, o ‘povo puro’ contra a ‘elite corrupta’, e que argumenta que a política deveria ser uma expressão da *volonté générale* (a vontade geral) do povo”. Populismo, então, tem dois contrários: elitismo e pluralismo (MUDDE, 2004, p. 543, tradução nossa)

A relação utilizada pela ideologia populista entre elite e povo é basicamente a mesma elencada pelas teorias da conspiração. Nos dois fenômenos é possível ver a construção de um povo ingênuo, puro, para o qual as elites tradicionais mentem e conspiram contra.

Uma das causas para o *Populist Zeitgeist*<sup>41</sup>, de acordo com Mudde, seria a independência relativa das mídias com relação aos partidos políticos a partir da década de 60, e ao mesmo tempo a ascensão de mídias privadas que disputavam a audiência. Essas mídias teriam, para

---

<sup>41</sup> *Zeitgeist* é um termo alemão que se forma pela junção entre os substantivos *Zeit* e *Geist*, respectivamente, tempo e espírito (ou alma). A expressão denota o espírito particular de um período da história com relação a suas crenças.

---

conquistar mais leitores e espectadores, cedido a conteúdos mais polêmicos e conteúdos mais extremos com relação à política. Essas circunstâncias não só “fortaleceram sentimentos anti-elite na população, como também forneceram o lugar perfeito para populistas, que acharam não só uma audiência receptiva, mas também um meio bastante receptivo” (MUDDE, 2004, p. 553, tradução nossa). O descrédito dos meios de comunicação de massa, assim como sua receptividade para com conteúdos polêmicos sobre política acabou gerando um ambiente propício para o desenvolvimento de políticos populistas.

Com o avanço das tecnologias de informação e, conseqüentemente, o avanço das possibilidades de comunicação, a ideologia populista pôde efetivar-se sem auxílio de meios de comunicação tradicionais. É o que presenciamos tanto no Brasil como nos EUA, com Donald Trump, figura na qual Jair Bolsonaro inspira-se veementemente. A importação de argumentos da direita populista americana foi e é bastante utilizada pelos populistas conservadores brasileiros (SANCHOTENE; SANTOS; VAZ, 2020), assim como seu método de comunicação sem intermédio de jornalistas, mas direto com os receptores a partir das redes sociais. Esse contexto informacional torna mais propícia a formação de bolhas de crenças e a veiculação de notícias a partir das redes sociais torna-se um motor para a desinformação. Rini (2017, p. 43, tradução nossa), por exemplo, argumenta que

[...] pessoas acreditam em *fake news* porque as adquirem pelas redes sociais, as quais são uma forma peculiar de testemunho. Compartilhamento em redes sociais tem atributos que reduzem a suscetibilidade da audiência para pensar criticamente ou checar fatos. Esse efeito é ampliado quando quem testemunha e a audiência compartilham a mesma orientação partidária.

Nesse sentido, se uma publicação falsa é compartilhada por alguém que compartilha do mesmo viés político do receptor da publicação, esta tem muito mais chances de ser aceita acriticamente. Além disso, como propõe Gelfert (2018), uma outra característica da aceitação de *fake news* por parte de seus receptores é que elas são feitas para manipular a “heurística e vieses cognitivos de seus consumidores” (Ibid., p. 111, tradução nossa). Aqui é necessária uma remissão terminológica, antes de prosseguir, já que optamos por não utilizar o termo *fake news*, mas sim publicações falsas. Optamos por essa alternativa porque compartilhamos da definição de *fake news* proposta por Gelfert (2018) e Rini (2017), para os quais *fake news* são, antes de

tudo, informações veiculadas que imitam o formato notícia. A própria etimologia nos sugere isso: *fake news* são, a princípio notícias falsas e, portanto, é o fato de serem “notícias” o que confere a elas sua particularidade com relação a outras formas de desinformação, como rumores ou falsos testemunhos. Muitas publicações falsas verificadas pelas agências de checagem parecem ser de indivíduos privados em redes sociais como o *Twitter* e o *Facebook*, que podem ou não ter a intenção de enganar. Se concebemos, tal como Gelfert (2018, p. 108), que “fake news são a apresentação deliberada de (tipicamente) alegações falsas ou enganadoras como *notícias*, onde as alegações são enganadoras por *design*”, precisamos ter duas características essenciais para chamar algo como tal, a saber, que sejam deliberadamente enganadoras – seus produtores sabem da sua natureza inverídica – e que sejam apresentadas como notícias. No nosso *corpus*, muitas publicações encaixam-se nesses parâmetros, mas por haver na multiplicidade de publicações diversos formatos, como rumores ou falsos testemunhos, é preferível utilizar a expressão publicações falsas, que teria conotação mais geral e corrente.

Em nossa pesquisa, fizemos também um mapeamento das ocorrências das publicações falsas verificadas de acordo com o período mensal. Este esforço faz parte de uma tentativa de desvelar a genealogia das crenças nessas formas de falseamento da realidade. A partir de nossa análise, podemos inferir que essas publicações falsas tentavam, tal qual as teorias conspiratórias, fornecer explicações alternativas para eventos reais e, mais especificamente, eventos e circunstâncias ligadas à emergência da COVID-19 no Brasil. A análise do quadro de ocorrências das publicações nos oferece uma explicação para a formação da crença em termos psíquicos, a partir do conceito de ressentimento e seu correlato, o sentimento de impotência.

## **A FORMAÇÃO DE CRENÇA A PARTIR DO RESSENTIMENTO E A POSSIBILIDADE DE APAZIGUAMENTO DA IMPOTÊNCIA**

Os períodos cruciais de veiculação de notícias falsas foram março, abril e maio de 2020, assim como janeiro e fevereiro de 2021. Perguntamo-nos por que haveria uma tamanha ocorrência de publicações falsas neste período. A resposta pode surgir em vários níveis. No nível empírico, temos o início da pandemia e o discurso inflamado do presidente Jair Bolsonaro. O mês de março e abril são cruciais para entender, por exemplo, como a gestão da pandemia

pelo governo de Jair Bolsonaro se deu. Além disso, há vários conflitos na opinião pública e entre políticos sobre as melhores decisões a serem tomadas para evitar o colapso do sistema de saúde. Enquanto uma parcela majoritária aprovava as medidas de isolamento social, uma parcela consideravelmente grande se colocava contra as medidas<sup>42</sup>, assim como o próprio Presidente, que alegou diversas vezes que não se podia “paralisar” a economia. Em março, a chegada do vírus ao Brasil tornara-se inevitável, e parte das publicações falsas trata de como se saber infectado ou como prevenir-se. Em abril e maio, temos o momento de grande ocupação de hospitais e de aumento substancial do número de mortes a cada semana, o que explica o número de publicações falsas alegando emergências vazias ou inflação de mortes pela COVID-19. É em meados de março que a discussão sobre práticas e políticas de isolamento social se concretiza em vários estados do país e, nesse período, vemos que as publicações sobre Isolamento têm bastante peso, assim como nos dois meses subsequentes. O total de publicações dos meses de março, abril e maio soma 260 publicações; essa quantia é grande se compararmos com outros períodos, o que sugere que foi um dos períodos de maior polarização das crenças e de maior uso da desinformação. Em dezembro de 2020 e janeiro de 2021, por outro lado, vemos um aumento exponencial das publicações, principalmente com foco em Vacina, que atinge o maior número para um único mês numa categoria principal (excluindo a categoria Outros).

Os períodos de março, abril e maio respondem a necessidades muito específicas (prevenção e inflação de mortes). Assim como no início de 2021 as publicações de Vacina são muito superiores a todas as outras, o que responde ao início da vacinação. É importante lembrar que em dezembro de 2020 muito se falava da esperança da vacinação no país, inclusive, muitas capas da *Folha de São Paulo* em dezembro estampavam a vacinação. Portanto, as publicações falsas respondem a um medo da vacinação. O ente perigoso está cada vez mais perto e, portanto, é necessário fazer uma reavaliação do perigo. Para quem acredita na realidade da pandemia, a vacinação apresenta esperança, possibilidade de volta à normalidade. Para quem não acredita, o afeto é o contrário: o medo; medo do controle, já que a normalidade já está aí, só não se efetiva por causa de elites imorais que estão promovendo o caos. No caso do início do ano de 2020, a

---

<sup>42</sup> Cf. Ramos *et al* (2020) para uma discussão sobre o papel da adesão partidária na tomada de opinião sobre o isolamento social. Este artigo sugere, por exemplo, que conforme indivíduos se concebem mais de direita, sua adesão ao isolamento social cai.

---

resposta é dada em relação ao próprio real da pandemia: existe estratégia de tratamento sem muito custo (Cloroquina e tratamento precoce), os custos do isolamento social são altos e há risco de desordem econômica e social; completando o argumento do negacionismo, hospitais e emergências não estão cheios, assim como as mortes estão inflacionadas.

Nós pretendemos explicar a formação da crença a partir do conceito de ressentimento em Nietzsche. O uso da genealogia de Nietzsche se justifica porque ela pensa a crença como a expressão de um determinado estado afetivo (REGINSTER, 2019, 2021). Por exemplo, como argumenta Reginster, para Nietzsche “a moralidade Cristã serve bem para expressar o ressentimento, e para servir a vontade de potência de agentes afetados por um sentimento de impotência por crônicas frustrações” (REGINSTER, 2021, tradução nossa). Se pensarmos a formação de crença negacionista como uma formação moral de crença, o que é plausível, já que o negacionismo imputa responsabilidade moral aos seus supostos ofensores, podemos pensar com Nietzsche que afetos são representados por esse tipo de moral. Se tomarmos o aforismo 187 de *Além do Bem e do Mal* (2002), o qual Nietzsche após dizer que é lícito perguntar, a partir de uma dada afirmação ou enunciado, o que se pode deduzir daquele que enuncia, termina a passagem dizendo que “a moral é só uma linguagem de sinais dos afetos” (NIETZSCHE, 2002, p. 77, tradução nossa), podemos pensar que Nietzsche oferece uma posição crítica crucial para pensarmos as moralidades que surgem no contemporâneo.

A partir desse ponto de vista, a genealogia tem implicações históricas e psicológicas. Por um lado, a *Genealogia* de Nietzsche (2009), oferece o trajeto histórico e contingente de noções como a noção moral de culpa a partir das relações contratuais. Nesse caso, a genealogia de determinada noção é desvelada a partir do desvelamento das sucessivas circunstâncias e eventos contingentes que a originaram. Mas por outro lado, como argumenta Reginster (2021), a genealogia de Nietzsche tem claramente um aspecto psicológico. Seu intuito é, também, a origem no sentido psicológico, ou seja, os estados afetivos que originaram determinada crença. “O conceito cristão de culpa, por exemplo, revela-se ser uma invenção do ressentimento” (REGINSTER, 2021, p. 3, tradução nossa). Na verdade, o complexo afetivo denominado por Nietzsche de ressentimento é um dos possíveis geradores da moralidade em geral (MOURA, 2019; REGINSTER, 2016).

---

A nossa genealogia das publicações falsas, então, pretende fazer um argumento análogo ao de Nietzsche. Nós recuamos ao início, à “origem”, desses discursos, a saber, o início da pandemia, e tentamos pensar que eventos e circunstâncias as originavam, assim como os estados afetivos que sustentavam essas crenças. O estado afetivo que melhor explicaria a formação de crenças negacionistas seria o ressentimento. O ressentimento seria um estado afetivo marcado pela debilidade da “força plástica do esquecimento”, ou seja, uma incapacidade de esquecer, além de um sentimento de impotência. Na primeira dissertação da *Genealogia da Moral*, e principalmente nos aforismos 7, 10, 13 e 14, Nietzsche constrói a narrativa de dois grupos aristocráticos que brigariam pela superioridade política, os sacerdotes e os guerreiros. Os sacerdotes seriam marcados por uma forte impotência e incapacidade de conseguir aquilo que querem. Para resolver o sentimento de impotência, ou seja, falsear sua impotência, Nietzsche argumenta que os sacerdotes realizam uma reavaliação dos valores. Assim, os que exercem a superioridade política são maus e, portanto, imorais. Deleuze (2018) opera uma interpretação muito rica desse fenômeno, o qual chamou de paralogismo do cordeiro: o cordeiro passa a crer que é predado pelas aves de rapina porque elas decidem conscientemente fazê-lo e, portanto, poderiam não fazer. O cordeiro condena moralmente a ação da ave de rapina, porque pensa que ela poderia ter feito de outra forma; usando a mesma lógica, o cordeiro pensa que ele também poderia agir tal qual ave de rapina, mas não o faz porque não quer: dessa forma, o cordeiro teria uma dupla força, a força do querer e a força da contenção do desejo. Assim, ele condena a agência da ave de rapina e transforma sua própria impotência, afinal não pode agir como ave de rapina, em força. Nesse sentido, como Nietzsche (2009, p. 34) diz, esses sujeitos conseguem “enganar a si mesmos com a sublime falácia de interpretar a fraqueza como liberdade, e o seu ser-assim como mérito.”

Nosso argumento se dá de forma parecida. Argumentamos que a crença em publicações falsas que negam a realidade da pandemia se dá a partir de um autoengano específico, que remete à operação valorativa do ressentimento. Tal como o cordeiro, aqueles que creem em proposições negacionistas o fazem porque estão permeados por um sentimento de impotência, que os marca constantemente. Essa impotência se dá claramente com relação ao real, da pandemia, o qual querem negar, a partir do autoengano, porque não conseguem tolerá-lo. O ódio e a impotência com relação ao real da pandemia constituem seu ressentimento. A partir da

ideia crucial para Nietzsche de impotência, Reginster interpreta o ressentimento como uma resposta ao sofrimento, este entendido como uma ameaça à posição do sujeito no mundo. No caso dos sacerdotes, ele argumenta que não é exatamente a perda do bem cobiçado que instaura o ressentimento, mas sim a perda do seu sentimento de potência, que é sua capacidade de ação efetiva no mundo (REGINSTER, 2016). A pandemia abala a posição no mundo de muitas pessoas, afetando seu sentimento de potência enquanto sujeitos e, por isso, causa ressentimento. Sujeitos que Nietzsche consideraria “fortes” lidariam com esse ressentimento e ele se extinguiria enquanto uma reação normal à experiência de sofrimento. No entanto, há pessoas que precisam recorrer ao autoengano, enxergar sua fraqueza como meritória e, inclusive, arrumar um culpado para seu sofrimento. As publicações falsas aproveitam-se dessa suscetibilidade para o ressentimento para instaurar crenças que aliviem o sentimento de impotência de seus receptores com relação ao real, ao negar o real da pandemia, objeto do ressentimento e, ao mesmo tempo, encontram agentes moralmente responsáveis pela desgraça, a ciência, a mídia tradicional, os políticos opositores, aqueles que mentiriam e conspirariam contra o bem-estar do cidadão comum.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No percurso deste trabalho, mobilizamos os conceitos de teorias conspiratórias (Keeley), *fake news* (Rini e Gelfert), populismo (Mudde) e ressentimento (Nietzsche, Deleuze e Reginster) para construir nossa argumentação. Em primeiro lugar, o fenômeno das publicações falsas analisadas a partir das agências de verificação *Lupa* e *Fato ou Fake* fazem parte do escopo das teorias conspiratórias sobre a COVID-19, divulgadas e fomentadas por atores políticos e midiáticos, tais como o próprio presidente Jair Bolsonaro. Essas teorias conspiratórias fazem parte de uma estratégia de desinformação sobre a COVID-19.

Ao recorrer ao início da pandemia e, portanto, ao início das publicações falsas sobre a pandemia, tentamos realizar uma genealogia dessas crenças. Ao tentar traçar a genealogia dessas publicações, nos interessamos por seu caráter duplo: histórico e psíquico. A genealogia desvela as contingências históricas que originaram uma crença, e também se propõe a desvelar o estado psíquico originador. A hipótese que nos norteou foi a de que é o ressentimento,

enquanto reação complexa ao sofrimento e que carrega uma sensação de impotência, o que faz com que o sujeito seja suscetível a crenças desse tipo. Pelo lado histórico do fenômeno, parece óbvio que as publicações falsas operam tais como as teorias da conspiração, fornecendo explicações alternativas para evento e circunstâncias reais. Defendemos isso mostrando que os períodos de maior veiculação de publicações falsas e suas respectivas categorias remetem a eventos historicamente localizados como a discussão sobre o isolamento em março e abril de 2020, o aumento exponencial de mortes e a sobrecarga das emergências em abril e maio de 2020, e a discussão sobre a vacinação em dezembro de 2020 e janeiro 2021.

A explicação histórica tem fundamental importância, mas nos restaria saber por que os sujeitos acreditam e pensam valer a pena compartilhar determinadas informações, que veiculam certas crenças. Argumentamos que é a partir do autoengano realizado pelo ressentimento que isso ocorre, porque os sujeitos precisam autoenganar-se de sua impotência para livrar-se dela. Assim, acredita-se no negacionismo da pandemia para apaziguar o ressentimento e a impotência causada pelo real da pandemia.

## REFERÊNCIAS

- DELEUZE, Gilles. **Nietzsche e a filosofia**. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- GELFERT, Axel. Fake news: A definition. **Informal logic**, v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018.
- KEELEY, Brian L. Of conspiracy theories. In: COADY, David (Ed.). **Conspiracy Theories**. Londres: Routledge, 2019. p. 45-60.
- MOURA, Carlos Alberto Ribeiro de. **Nietzsche: civilização e cultura**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2019.
- MUDDE, Cas. The Populist Zeitgeist. **Government and opposition**, v. 39, n. 4, p. 541-563, 2004.
- NIETZSCHE, F. **Beyond Good and Evil: Prelude to a Philosophy of the Future**. Londres/Nova York: Cambridge University Press, 2002.
- NIETZSCHE, F. **Genealogia da Moral: uma polêmica**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- RAMOS, Guilherme et al. Orientação política e apoio ao isolamento social durante a pandemia da COVID-19: evidências do Brasil. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 54, p. 697-713, 2020.
- REGINSTER, Bernard. Ressentimento, poder e valor. **Cadernos Nietzsche**, Guarulhos/Porto Seguro, v.37, n.1, p. 44-70, 2016.
- REGINSTER, Bernard. **The Will to Nothingness: An Essay on Nietzsche's On the Genealogy of Morality**. Oxford University Press, 2021.

REGINSTER, Bernard. What is Nietzsche's genealogical critique of morality? **Inquiry**, p. 1-25, 2020.

RINI, Regina. Fake news and partisan epistemology. **Kennedy Institute of Ethics Journal**, v. 27, n. 2, p. E-43-E-64, 2017.

VAZ, P.; SANTOS, A.; SANCHOTENE, N. Como importar uma guerra cultural: populismo conservador e a crítica ao multiculturalismo no Brasil. In: HELLER, B.; CAL, D.; ROSA, A. (orgs.). **Midiatização, (in)tolerância e reconhecimento**. Salvador: EDUFBA, 2020.

---

**Divulgação da ciência na 2ª Onda da pandemia:  
A cobertura sobre pesquisas científicas da covid-19 no portal D24AM<sup>43</sup>**

**Dissemination of Science in the 2<sup>nd</sup> Wave of The Pandemic:  
coverage of scientific Research on Covid-19 on the portal D24AM**

Célia Beatriz Mesquita de SOUZA<sup>44</sup>  
Cristiane de Lima BARBOSA<sup>45</sup>

**RESUMO**

Esta pesquisa tem o objetivo geral de investigar as dinâmicas do jornalismo científico na cobertura da 2ª onda da Covid-19 no portal de notícias D24AM, no Estado do Amazonas. A pesquisa de cunho exploratório e descritivo dá-se por meio da metodologia de Análise de Conteúdo, baseada em Bardin (2009) e Minayo (1994). Os resultados mostram um breve diagnóstico sobre a cobertura e prática do jornalismo científico em tempos de pandemia em um veículo de ressonância no Amazonas.

**PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação e Saúde; Jornalismo Científico; Pandemia; Covid-19; Amazonas

**ABSTRACT**

This research has the general objective of investigating the dynamics of scientific journalism in the coverage of the second wave of Covid-19 on the news portal D24AM, in the State of Amazonas. Exploratory and descriptive research is conducted through the Content Analysis methodology, based on Bardin (2009) and Minayo (1994). The results show a brief diagnosis on the coverage and practice of scientific journalism in times of pandemic in a resonance vehicle in Amazonas.

**KEYWORDS**

Communication and Health; Scientific Journalism; Pandemic; Covid-19; Amazonas

---

<sup>43</sup> O presente trabalho é parte integrante do projeto desenvolvido no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic) da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), no período de 2021-2022;

<sup>44</sup> Estudante de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (Ufam); bolsista de Iniciação Científica PIBIC; integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokan); e-mail: [b.souza200902@gmail.com](mailto:b.souza200902@gmail.com)

<sup>45</sup> Orientadora do projeto. Doutora em Ciências da Informação e Comunicação; Docente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); vice-líder do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia (Trokan); e-mail: [crisb.jor@gmail.com](mailto:crisb.jor@gmail.com); [crisbarbosa@ufam.edu.br](mailto:crisbarbosa@ufam.edu.br)

---

## INTRODUÇÃO

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia de Covid-19, causada pelo novo coronavírus (Sars-Cov-2), os primeiros casos surgiram na cidade de Wuhan, na China. Alastrando-se rapidamente pelo mundo e aumentando não só o número de pacientes infectados, mas também de óbitos pela doença. Até então sabia-se muito pouco sobre o vírus, como por exemplo, que era causador de distúrbios respiratórios.

A sociedade teve seus rumos mudados drasticamente, os impactos eram vistos diariamente nas grandes metrópoles, o mundo precisou se reinventar. Lidar com esses impactos (sociais, econômicos, culturais e políticos) afetou diretamente as relações interpessoais, as pessoas buscavam cada vez mais por respostas a perguntas complexas. Nesse cenário, a importância da informação e da comunicação assumiu patamares inimagináveis e enfrentou grandes desafios, como é o caso da *infodemia*<sup>46</sup>.

Logo após o grande susto da 1ª onda da pandemia, a capital amazonense voltou a sentir os efeitos causados pela contaminação do novo coronavírus (Sars-Cov-2). A curva ascendente de novos casos, hospitais superlotados, falta de vagas de UTI, falta de equipamentos, profissionais e principalmente de oxigênio marcaram os primeiros dias do ano de 2021, com a chamada 2ª onda da Covid-19, na capital. O referido cenário gerado pela doença, na capital do Estado, percorreu o mundo por meio de imagens e textos veiculados em portais de notícias e em mídias sociais digitais.

Fato que também possibilitou a circulação em grande volume de notícias falsas, em especial sobre a perspectiva de possíveis tratamentos caseiros, medicamentos, curas milagrosas por meio de ervas, etc. Manaus logo se tornou o epicentro de uma crise de saúde, afetando aspectos sociais, culturais, econômicos e políticos da sociedade. A situação na cidade chamou atenção dos principais noticiários e redes da imprensa nacional e internacional. O papel da imprensa na internet se tornou ainda mais importante para garantir a informação para o público.

Segundo uma pesquisa do Datafolha (PEZZOTTI, 2020), os sites de notícias, programas jornalísticos da TV, jornais impressos, programas jornalísticos de rádio eram vistos pela

---

<sup>46</sup> Em 2020, esse fenômeno ficou conhecido como uma epidemia de informações. Disponível em: <https://www.politize.com.br/infodemia/>. Acesso em: 28 dez. 2021.

---

população como os mais confiáveis na divulgação de notícias sobre a pandemia. Mostrando que a credibilidade das notícias não é encontrada em qualquer meio de informação, mas especialmente na imprensa consolidada. Outro levantamento, realizado pela Comscore, apontou ainda em abril de 2020, que Sites de “Informação”, categorizados como “Notícias”, saltou de uma média de 440 milhões de pessoas por dia, para mais de 560 milhões de usuários, representando um aumento de mais de 27%. O engajamento foi maior em todos os setores, já que o total de visitas aumentou 43%.

Nesse sentido, a temática científica entrou de forma definitiva também para a pauta jornalística em diversas plataformas digitais. Uma vez que, segundo Palácios (2002), a web possibilita uma “quebra dos limites físicos” e um armazenamento quase ilimitado para disponibilização do material noticioso sob os mais variados formatos, através do seu uso, agrega-se diversidade e abrangência às formas de comunicar ao público. Já quanto ao aspecto do jornalismo científico, Lage (2003, p.12) diz que a ciência não só precisa ser conhecida pela sociedade como também de fato compreendida. Em acréscimo, o trabalho conjunto entre jornalistas e pesquisadores deve existir para garantir que “o material a ser divulgado é aquele de interesse público, não necessariamente o de maior relevância, do ponto de vista da especialidade” (LAGE, 2003, p. 3).

Oliveira (2002), por sua vez, relaciona o discurso jornalístico e discurso científico, frisando que a produção do jornalista e a do cientista detêm aparentemente enormes diferenças de linguagem e finalidade. Isso porque a redação do texto científico segue normas rígidas de padronização e normatização universais e desprovidas de atrativos. Por sua vez, Cunha et al (2022, p. 176) afirma que o jornalismo científico se encarrega de tornar mais palatável a informação para a comunidade, principalmente aquelas que dizem respeito à ciência com resultados de assuntos ainda pouco tratados pelos meios de comunicação de massa, ou sobre assuntos polêmicos.

Ao refletir sobre o porquê comunicar temas de ciência ao público, Castelfranchi (2010) destaca que o grande desafio dos comunicadores do século 21 é que sejam catalisadores de debates e discussões democráticas, para que, cada vez mais, informação e conhecimento possam significar empoderamento, capacidade de agir, participar, decidir, como a retórica da maioria das democracias contemporâneas está pregando há alguns anos.

---

Assim, este trabalho de Iniciação Científica tem como objetivo geral investigar as dinâmicas do jornalismo científico na cobertura da 2ª onda da Covid-19 no portal de notícias D24AM, no Estado do Amazonas. Então, o estudo busca entender: Como o portal D24AM, atuante no Amazonas, contribuiu para disseminar as pesquisas científicas sobre o novo coronavírus durante a pandemia? Para a investigação foram analisados, de forma quali-quantitativa, os conteúdos noticiosos presentes no referido site de notícia, referentes à temática da Covid-19 no Amazonas. Os objetivos específicos do estudo são: a) construir por meio da análise de conteúdo variáveis para entender como ocorreu a referida cobertura jornalística no portal analisado; b) identificar elementos necessários para avaliar a qualidade das matérias sobre a Covid-19 na perspectiva do jornalismo científico e c) verificar a evolução da circulação de notícias voltadas para ciência sobre a pandemia.

Como hipóteses a serem confirmadas a partir da verificação, aponta-se: a) os sites de notícias publicaram matérias factuais sobre pesquisas de maneira pontual, sem aprofundamento das temáticas e b) houve o tratamento discursivo adequado na transposição do discurso científico para o de divulgação científica.

Quanto à escolha do portal, esta se justifica por estar ligado ao grupo Diário de Comunicação, considerado tradicional na capital amazonense por ter um conglomerado midiático com veiculação de jornal impresso, rádio, televisão, portal na internet e mídia sociais digitais. Para esse estudo é crucial também entender os aspectos e conceitos que envolvem o jornalismo online ou digital, tal como a comunicação digital, haja vista que foi nesse ecossistema que foi aplicada a investigação.

## **1. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO**

Este trabalho pretende desenvolver uma pesquisa de natureza básica e exploratória permitindo a produção e disseminação dos conhecimentos científicos para compreender o processo de produção e circulação de informações científicas em uma perspectiva jornalística, publicadas em portais de notícias atuantes no Amazonas, um dos epicentros da pandemia do novo coronavírus, em 2021. Sendo assim, selecionou-se para a análise o portal D24AM, que pertence ao grupo Diário de Comunicação, considerado tradicional no Estado, com produtos

---

mediáticos na TV, rádio, jornal impresso e site. Esta proposta foi desenvolvida para avaliar possíveis evoluções quanto à quantidade e qualidade das informações relacionadas a pesquisas científicas no período de 2021 (janeiro a junho), atentando-se para a interpretação de resultados através da inferência, que para Bardin (2009, p. 133), poderá “apoiar-se nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação: por um lado, a mensagem (significação e código) e o seu suporte ou canal; por outro, o emissor e o receptor”.

Para atender os objetivos específicos, foi realizada pesquisa bibliográfica, para contextualizar o estado da arte e a pesquisa documental para abordar os dados coletados durante o ano de 2021. Stumpf (2011) conceitua a pesquisa bibliográfica como um conjunto de procedimentos que visa identificar e selecionar informações em obras pertinentes, neste caso, foram realizadas leituras iniciais sobre as temáticas relacionadas a esse estudo, tais como divulgação científica e jornalismo científico. A pesquisa bibliográfica concentrou-se em monografias, dissertações, teses, artigos científicos e matérias que tratem sobre o tema jornalismo científico e saúde.

A coleta de dados foi feita a partir das publicações no site D24AM, utilizando-se da editoria denominada “Coronavírus no Amazonas”. O estudo articula métodos qualitativos de observação direta (descrição simples e avaliação qualitativa do website) e quantitativos – análise de conteúdo das publicações sobre a Covid-19. O material identificado que teve relação com o objeto de estudo foi analisado qualitativamente por meio da técnica da Análise de Conteúdo, baseada em Bardin (2009) e Minayo (1994), organizado em três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento e interpretação. Para análise de conteúdo, a princípio, os links das matérias da aba “Coronavírus no Amazonas” foram coletados por observação direta não participante no portal D24AM e por ordem de publicação em um arquivo Word.

A fim de ter uma visão do ritmo e volume de produção, ainda foi realizada a medição de publicações nos portais com os indicadores: Número de matérias publicadas nos sites; Produção diária de matérias publicadas sobre a Covid-19 nos sites analisados. A discussão qualitativa sobre o jornalismo científico se dará por meio do referencial de Sousa (2006) que indica os elementos de análise qualitativa do discurso jornalístico: análise do tema, dos enquadramentos e das estruturas, a determinação dos objetivos do enunciador e dos objetivos e

ações dos protagonistas, o estudo das estruturas textuais, a determinação das qualidades atribuídas às fontes e personagens.

Nesse aspecto analítico, foram analisadas questões da contextualização das matérias de pesquisas científicas sobre a Covid-19, como: A matéria busca explicar de forma acessível ao leitor conceitos científicos complexos? Quais elementos do jornalismo científico são abordados nas matérias analisadas? Para tanto, foram selecionadas duas matérias, de forma aleatória, dentro da categoria de jornalismo científico, publicadas na aba de “Coronavírus no Amazonas” do portal D24AM para evidenciar a análise e assim verificar os sentidos atribuídos discursivamente ao novo coronavírus durante a cobertura jornalística da doença, conforme figuras 1, 2 e 3, apresentadas mais adiante.

### 3. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A primeira etapa da pesquisa destina-se à coleta de dados, permitindo mais à frente a análise detalhada do conteúdo e exploração do material, que tem por finalidade a categorização ou codificação do estudo. Realizado isso no primeiro momento, observou-se que no período de janeiro a junho de 2021, o portal D24AM abrangeu 408 matérias referentes à aba “Coronavírus no Amazonas”. Dessa forma, sendo a análise categorial a divisão e posterior agrupamento ou reagrupamento das unidades de registro do texto (SOUSA e SANTOS, 2020), as matérias contabilizadas foram agrupadas em categorias cuja definição levou em consideração os temas abordados relacionados à pandemia:

**Tabela 1 - Categorias Temáticas**

Categorias Temáticas	Nº de Matérias	Porcentagem
Óbitos e Casos Confirmados	136	33,3%
Negligência/Descaso	25	6,1%
Medidas Governamentais/Emergenciais	32	7,8%
Suspensão/Retorno de Atividades Econômicas e Sociais	16	3,9%
Diagnósticos e Testes	54	13,2%

---

Taxa de Ocupação e Abertura dos Leitos de UTI	4	0,9%
Estudos Científicos sobre Covid-19	13	3,1%
Amazonas no Radar Nacional/Internacional	25	6,1%
Tratamento e Medicamentos	3	0,73%
Vacinas/Imunização	90	22,05%
Campanhas e Ações Sociais	10	2,4%
Total	408	100%

---

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2021.

Totalizando 12 categorias, esses dados exibem uma frequência maior de matérias que dizem respeito a informações sobre Óbitos e Casos Confirmados (33,3%), seguido da categoria de Vacinas/Imunização (22,05%) e Diagnósticos e Testes (13,2%). Em virtude do momento que o Estado vivenciava naquele período, o número de óbitos e casos confirmados aumentavam o tempo todo, por isso era importante manter a população atualizada diariamente para entender a situação. Assim, o tema coronavírus liderava a cobertura da imprensa, não só pelo perigo de transmissão da doença, mas também porque afetava todos os setores da vida cotidiana.

Ainda em janeiro, as primeiras doses da vacina contra covid-19 começaram a chegar no Amazonas, a partir desse momento foi iniciada uma corrida para conscientizar e imunizar a população vítima do colapso no sistema de saúde. Neste ínterim, constatou-se que o portal D24AM participou quantitativamente na divulgação de matérias com a temática de vacinas e imunização. Isso pois, observou-se elementos fundamentais da prática jornalística, como: o tema caracterizado como de interesse público, os objetivos claros do enunciador em informar a situação de algo que até então era desconhecido e a qualidade das fontes (SOUSA, 2006).

Dando continuidade aos critérios quantitativos, notou-se que o mês de janeiro obteve a maior porcentagem de matérias publicadas no período analisado com 134 (32,84%), seguido do mês de fevereiro com 66 (16,17%), e o mês com o menor número de matérias foi abril, com 40 publicações (9,80%). Com base nestes números, percebe-se que embora o portal não tenha mantido o nível de publicações, deu continuidade a publicação de notícias que, de fato, importavam à população, sem causar ansiedade com a exposição descontrolada de informações.

---

Em relação à cobertura de cunho científico, com o intuito de disseminar pesquisas e estudos científicos sobre o novo coronavírus durante a 2ª onda da pandemia, o portal D24AM, durante os meses estudados, noticiou 13 matérias que correspondem a 3,1% do valor total de matérias sobre a pandemia. Para Ivanissevich (2005), a sociedade financia indiretamente os estudos científicos por meio dos impostos, sendo assim, deve haver uma maior disposição para apresentar esses conteúdos e garantir que sejam de forma compreensível ao público.

Deste modo, os dados quantitativos obtidos inicialmente revelam que embora não seja fácil divulgar ciência através do jornalismo leigo, a prática permite explorar as capacidades que um discurso científico tem de transformar-se em notícia, assumindo toda a estrutura de texto jornalístico (ZAMBONI, 2001). E ainda possibilitando que a macroestrutura do texto jornalístico e a boa produção do conteúdo informativo, sejam a melhor alternativa para conter a infodemia e diminuir a taxa de transmissão do vírus.

A começar pela pluralidade das fontes, predominam as matérias com declarações, pesquisas e estudos realizados por cientistas ou especialistas (11) e em seguida, uma matéria como fonte principal órgãos do Governo Local (FVS-AM) e outra do Governo Federal (Fiocruz). Ademais, não foi constatado nenhuma matéria de Estudos Científicos sobre Covid-19 como fonte principal o público geral. A presença de fontes tem relevância para o jornalismo científico, pois é o que então dará maior credibilidade e confiança no que é transmitido. Nesse caso, a constatação de mais matérias tendo como fontes especialistas ou cientistas é um ponto positivo, tendo em vista que não são os jornalistas que afirmam o estudo, mas as fontes explícitas com as aspas e é por meio delas que os leitores estabelecem contato direto com as fontes (BARBOSA, 2010).

Dando continuidade sobre a análise da autoria das 13 matérias, grande parte foi assinada por repórteres do portal (da própria redação), com exceção de duas, resultado da assessoria de imprensa e em conjunto com o Estadão, respectivamente. Além disso, não se observou nenhuma matéria sem autoria definida nesse período. No que diz respeito a procedência das matérias, as pesquisas locais (realizadas no Estado) lideraram os dados com 9 publicações, em seguida, as matérias com pesquisas internacionais e por último a pesquisa com enfoque nacional.

Quanto à contextualização das matérias científicas, observou-se uma quantidade significativa de fotos (9) como recursos gráficos, todavia, algumas dessas fotos são apenas para

identificar as fontes (como cientistas, especialistas, etc.). Já os infográficos, não são tão presentes assim em grande parte das matérias, mas tem uma em especial com a representação de 5 infográficos. Quanto aos vídeos, 4 matérias publicadas eram reportagens do programa Diário do Amazonas (que faz parte da programação do grupo Diário de Comunicação) e em alguns desses vídeos era possível encontrar ilustrações, infográficos, fotos etc.

**Tabela 2** - Contextualização das Matérias

<b>Contextualização das Matérias</b>	<b>Número de Matérias</b>
Infográficos	1
Fotos	9
Ilustrações	3
Vídeos	4

**Fonte:** Elaborado pelas autoras, 2021.

Outro ponto a considerar é que o jornalismo científico não tem a finalidade de apenas informar a população leiga sobre questões de ciência e tecnologia através dos meios de comunicação de massa. De acordo com Rodrigues (2017), a divulgação científica, além de trazer reflexões, estimula discussões e colabora efetivamente para a formação de uma cultura científica. Da mesma forma, Caldas (2011, p. 34) certifica a responsabilidade da divulgação de ciência na mídia para propiciar a participação da população em debates científicos.

Considerando que a ciência é uma atividade humana e não é destituída de seu contexto histórico e social, cresce a responsabilidade da mídia, de jornalistas e cientistas na formação de uma cultura científica cidadã, em que a sociedade brasileira, em suas diferentes representações sociais possa participar ativamente da formulação e nas decisões da política científica.

Em síntese, a análise qualitativa do jornalismo científico realizado pelo portal D24AM em tempos de pandemia, permite afirmar que o veículo contribuiu jornalisticamente para informar a população, porém, infere-se que poderia ter sido trabalhado mais detalhadamente no sentido da contextualização do jornalismo científico, apurando com pesquisadores, institutos de pesquisas locais e nacionais, além de levantar dados para enriquecer as matérias produzidas

nesse sentido. Outro ponto que se destacou na análise exploratória da cobertura, foi a constatação do número reduzido de matérias com enfoque em pesquisas científicas.

Nos tópicos abordados nas matérias científicas, identificaram-se as temáticas: estudo de medicamentos, diagnósticos e contaminação. Notou-se ainda, que algumas reportagens antes de serem replicadas no portal D24AM, eram exibidas no programa Amazonas Diário (telejornal do grupo Diário de Comunicação), e em formato de videorreportagens possibilitavam ao receptor da mensagem situar-se no conteúdo, permitindo assimilar e compreender a divulgação científica através do uso de representações e recursos gráficos.

**Figura 1:** Matéria analisada de janeiro/2021

Manaus – A matéria “Pesquisador alerta para uma possível 3ª onda da Covid-19 no Amazonas” foi destaque no programa **AMAZONAS DIÁRIO**, nesta terça-feira (5). O programa é apresentado pelo jornalista Alex Braga, do **GRUPO DIÁRIO DE COMUNICAÇÃO (GDC)**, e é transmitido de segunda a sexta-feira, das 18h às 20h, pelos canais 27.1 (aberto) e 78 (Net TV) e pelas redes sociais do grupo.

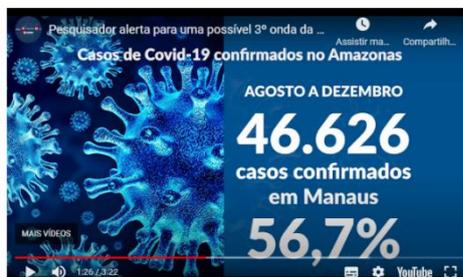


**Fonte:** Portal D24AM, 2021.

Na mesma perspectiva, a presença de infográficos e ilustrações é um ponto positivo para a cobertura, que de acordo com Neil Patel [s.d.], a mistura de imagens e textos estimula ambos os lados do cérebro e auxilia na compreensão do leitor. Por outro prisma, observou-se que nas reportagens a declaração do pesquisador/especialista é substituída pela explicação resumida e rápida do enunciador, seguem demonstrações:

**Figura 2** - Ilustração de matéria analisada de janeiro/2021

Manaus – A matéria “Pesquisador alerta para uma possível 3ª onda da Covid-19 no Amazonas” foi destaque no programa AMAZONAS DIÁRIO, nesta terça-feira (5). O programa é apresentado pelo jornalista Alex Braga, do GRUPO DIÁRIO DE COMUNICAÇÃO (GDC), e é transmitido de segunda a sexta-feira, das 18h às 20h, pelos canais 27.1 (aberto) e 78 (Net TV) e pelas redes sociais do grupo.



Fonte: Portal D24AM, 2021.

Já as matérias escritas, em sua grande maioria, apresentavam em sua estrutura parágrafos longos e concentração em discursos de autoridades, oferecendo pouco espaço para o ponto de vista da população. Para Barbosa (2010), é indispensável que o webjornalismo científico utilize dinâmicas fundamentais para facilitar e atrair a leitura do público, como: uso de parágrafos curtos e frases sempre diretas. No entanto, um ponto interessante no *layout* do site de notícias era o número de óbitos e casos confirmados, que apareciam a cada matéria e eram atualizados diariamente.

Na matéria “Samel divulga resultados de estudo de medicamento que trata pacientes com Covid-19” ocorre a divulgação dos resultados de um estudo realizado por especialistas nacionais e internacionais, percebe-se que houve uma preocupação em esclarecer as fases da pesquisa, contribuindo para a fluidez da informação. Entretanto, não se observou a utilização de nenhum recurso gráfico como ilustrações, vídeos ou algo que pudesse enriquecer e representar as informações. Nas figuras 3 e 4 estão alguns trechos:

**Figura 3** - Matéria analisada de março/2021

### **Samel divulga resultados de estudo de medicamento que trata pacientes com Covid-19**

O grupo divulgou em coletiva de imprensa nesta quarta-feira, os resultados oficiais do estudo conduzido com o uso do antiandrogênio Proxabutamida

Jaeli Lucena / redacao@diarioem.com.br  
Publicado em 10 de março de 2021 às 18:13

Fonte: Portal D24AM, 2021.

**Figura 4** - Trecho da matéria analisada de março – Estudo de Medicamento

No dia 9 de fevereiro, foi anunciado o início dos estudos com o medicamento. Na ocasião, o dermatologista Andy Goren, afirmou que a partir de uma pesquisa dermatológica, foi descoberto que o androgênio (hormônio), tinha ligação com a Covid-19, pois o vírus Sars-Cov-2 só consegue entrar nas células através dos androgênios. Agora, um mês depois, o estudo apresentou resultados promissores, conforme divulgado em apresentação de slides.

**Fonte:** Portal D24AM, 2021.

Conforme a figura 4, o trecho mostra que foi utilizada uma fonte especializada, o dermatologista, detalhando o procedimento. No entanto, jargões científicos como androgênios e placebos, não foram explicados de forma clara para o público compreender. Sendo assim, não há como garantir que a população geral entenda do vocabulário médico utilizado. Uma das características do jornalismo científico, consiste na transposição do discurso denso da ciência para o discurso jornalístico, mais coloquial para a compreensão da população.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao responder à pergunta norteadora deste estudo, inferiu-se que o portal D24AM, dentro do período e corpus analisados, contribuiu para a divulgação de pesquisas científicas relacionadas à covid-19 durante a 2ª onda da pandemia no Amazonas, mas com baixo volume de matérias com cobertura científica em relação às demais temáticas publicadas pelo referido portal, no mesmo intervalo de tempo.

O veículo de comunicação ajudou a difundir algumas temáticas de pesquisas científicas sobre o coronavírus, tais como suas variantes, estudos de medicamentos e principalmente, sobre taxas de infecção. Todavia, de forma quantitativa, as matérias sobre pesquisas científicas corresponderam a 3,1% das publicadas no período de janeiro a junho de 2021, dedicando-se, majoritariamente, ao jornalismo factual. Isso pode ser explicado por conta do ritmo adotado pela maioria das redações que cedem ênfase aos acontecimentos e não às problemáticas conforme aponta Negreiros (2018). A análise qualitativa revelou também que o conteúdo não se aprofundou na questão científica e não apresentou variedade de fontes. Com base na análise de Barbosa (2010), o discurso jornalístico deve frequentemente conter opiniões, ideias e contrapontos de especialistas e indivíduos envolvidos no tema abordado, de modo a conferir ao texto maior credibilidade e confiança no que está sendo exposto.

Com o levantamento e análise dos dados coletados, confirmou-se a hipótese de que as matérias factuais sobre pesquisas e sem aprofundamento das temáticas predominaram na cobertura do portal de notícias. Ademais, ao observar as matérias, notou-se que a transposição do discurso científico (feito por pesquisadores) para o de divulgação científica (predominante no jornalismo, com linguagem coloquial e explicação de jargões técnicos) não foi evidente. Termos científicos não eram, em sua grande maioria, explicados, dificultando a localização do leitor no conteúdo. Além disso, a contextualização das matérias é indispensável para o jornalismo científico. Percebeu-se que o D24AM utilizou infográficos, ilustrações, fotos e vídeos, porém, sem sentenças diretas que facilitam a compreensão dos leitores.

Este estudo, ainda exploratório, apontou caminhos para entender como o portal D24AM atuou na cobertura jornalística de ciência no período da pandemia, assim como constatar se elementos fundamentais na prática do jornalismo científico foram explorados para melhorar a qualidade de notícias sobre covid-19. Como expõe Caldas (2011), a melhor estratégia para a melhoria da divulgação científica é que jornalistas e pesquisadores de todas as áreas tenham preparação e formação para atuar em regime de parceria, em prol do interesse público.

## REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Cristiane de Lima. **A textualização científica em dois discursos: Jornalismo ou Ciência**. 2010. 123 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2010.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Portugal: Edições 70, 2009.
- CALDAS, G. Mídia e políticas públicas para a comunicação da ciência. In: PORTO, C. M., BROTAS, A. M. P.; BORTOLIERO, ST. (Orgs.). **Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas** [online]. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 19-36.
- CASTELFRANCHI, Y. Por que comunicar temas de ciência e tecnologia ao público? In: MASSARANI, Luisa. (Org.). **Jornalismo e ciência: uma perspectiva ibero-americana**. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2010. p. 13-22.
- CUNHA, Edna C.; SILVA, Zaqueu J da.; SANTOS, Magnólia dos. O jornalismo científico como agente de aproximação entre a ciência e a sociedade. **ASKLEPION: Informação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 172-182, Abr./Set. 2022. Disponível em: <https://www.asklepionrevista.info/asklepion/article/view/47/79>. Acesso em 12 de agosto de 2022.
- Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Blog/Consumo-de-midia-durante-a-pandemia-de-coronavirus-noBrasil>.

IVANISSEVICH, Alicia. A mídia como intérprete: Como popularizar a ciência com responsabilidade e sem sensacionalismo. In: BOAS, Sergio Vilas (Org.). **Formação & informação científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005, p. 25

LAGE, Nilson. **O Jornalismo Científico em Tempos de Confronto**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2003.

MARQUES, José. TVs e jornais lideram índice de confiança em informações sobre coronavírus, diz Datafolha. **Folha de São Paulo**, mar. 2020. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/tvs-e-jornais-lideram-indice-de-confianca-em-informacoes-sobre-coronavirus-diz-datafolha.shtml> Acesso em: 28 de dezembro de 2021.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 21. Ed. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo científico**. São Paulo: Contexto, 2002.

PATEL, Neil. **Infográfico: O Que É, Exemplos e Como Criar um Modelo Perfeito**. Neil Patel. [s.d.]. Disponível em: <https://neilpatel.com/br/blog/como-criar-infograficos/>. Acesso em: 11 ago. 2022.

PEZZOTTI, Renato. Estudo aponta tendências do “novo consumo” em tempos de coronavírus. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/20/estudo-aponta-tendencias-do-novo-consumo-em-tempos-de-coronavirus.htm>. Acesso em: 12 de junho de 2020.

RODRIGUES, Allan. **Jornalismo e Meio Ambiente na Amazônia: a cobertura de eventos ambientais extremos pela imprensa escrita de Manaus**. Manaus: EDUA, 2017.

SOUSA, J.P. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos Media**. 2. Ed. Edições Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SOUSA, José Raul de; SANTOS, Simone Cabral Marinho dos. Análise de conteúdo em pesquisa qualitativa: modo de pensar e de fazer. **Pesquisa e Debate em Educação**, Juiz de Fora., v. 10, n. 2, p. 1396-1416, jul./dez. 2020.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge. BARROS, Antonio. (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011. P.51-61

UCKUS, Fabiana. Consumo de mídia durante a pandemia de coronavírus no Brasil. **Comscore**.

ZAMBONI, L. M. S. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica**. Campinas: Editora Unicamp, 2001.

---

**O Papel Ético das Relações Públicas na Desordem da Informação:  
um caminho para a descolonização do olhar**

**The Ethical Role of Public Relations against Misinformation:  
a path towards decolonization of the gaze**

Liliane COSTA<sup>47</sup>  
André TROPIANO<sup>48</sup>

**RESUMO**

Este artigo propõe um caminho de reflexões sobre o papel ético de Relações Públicas por uma perspectiva decolonial. Apresentam-se dilemas e questões ligadas ao fenômeno da desordem da informação e inclusão social de pessoas nos diversos espaços sociais. Por fim, propõe-se a percepção da profissão a partir de aspectos críticos que se distanciam da lógica capitalista e vinculam uma visão humanizada da prática profissional para transformação social.

**PALAVRAS-CHAVE**

Relações Públicas; Comunicação Organizacional; Ética; Responsabilidade Social; Perspectiva Decolonial.

**ABSTRACT**

This article proposes a path of reflections on the ethical role of Public Relations from a decolonial perspective. It presents some dilemmas related to the phenomenon of information disorder and social inclusion of people in social spaces. Finally, it proposes a perception of the profession based on critical aspects that distance themselves from capitalist logic and link a humanized vision of professional practice for social transformation.

**KEYWORDS**

Public Relations; Organizational Communication; Ethics; Social Responsibility; Decolonial Perspective.

---

<sup>47</sup> Estudante do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); e-mail: [costa.p.liliane@gmail.com](mailto:costa.p.liliane@gmail.com)

<sup>48</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM); e-mail: [rtropiano@gmail.com](mailto:rtropiano@gmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

A natureza social e política do homem aprofundou, ao longo da história do pensamento humano, reflexões acerca das questões éticas, que envolvem concepções de bem-estar. De origem grega, *ethos*, que em tradução livre designa o “costume”, ou o “modo de ser”, o conceito, que na Antiguidade se inseria nas idealizações da filosofia do povo grego, envolve, na contemporaneidade, as questões relacionadas aos processos comunicativos e, conseqüentemente, as relações públicas.

A ética nas relações públicas e a responsabilidade nas organizações são temáticas que possuem relevância na contemporaneidade. Isto porque sua importância se dá ao passo em que se compreende que as organizações possuem através de seu poder decisório, a capacidade de “afetar o cotidiano da sociedade, modificando o ambiente onde estão localizadas.” (FUENTE; REIS, 2017, p. 9). Desta forma, realiza-se uma breve reflexão sobre a Ética e a Responsabilidade Social a partir da perspectiva das Relações Públicas e como estas concepções se aplicam na prática da profissão.

O artigo estrutura-se em três partes. Na primeira parte, realizaremos a elucidação de algumas concepções sobre ética ao longo da história do pensamento humano, relacionando-as, especialmente, aos processos de comunicação. Na segunda parte, iremos aprofundar os conceitos de ética e responsabilidade social nas relações públicas e o fenômeno da desordem da informação, bem como discutiremos dois casos repercutidos nas mídias sociais, da Magazine Luiza e da Hapvida e Sikêra Jr, respectivamente. Por fim, na terceira parte propomos o pensamento ético através de uma práxis decolonial, de forma que a prática se estabeleça a partir de uma visão mais humanizada.

### 1. AFINAL, O QUE É ÉTICA?

Sabemos que a ética se trata de um princípio fundamental na formação social de qualquer indivíduo. Apesar de sua importância, sabemos também que se trata de uma concepção complexa e que ao longo da história do pensamento humano foi e continua sendo constantemente objeto de estudo e reflexão.

---

De origem grega, a palavra *ethos* significa o “modo de ser”, ou o “costume”. E desde a Antiguidade, a Ética insere-se no cerne da filosofia grega. Para Platão, a Ética transcende o mundo físico e está vinculada à ideia de justiça, de verdade e sobretudo à “ideia de Bem.” A ética platônica visa como fim último, à felicidade. No seu cerne está a “ideia de Bem” ou o “sumo Bem”, ou seja, a forma perfeita, essencial, eterna e imutável do Bem, que deveria ser alcançada no Mundo das Ideias mediante o uso da razão e da dialética (PLATÃO, 2008, apud BREVIGLIERI, s/d, p. 5).

Para o filósofo, as *ideas* são valores. Portanto, a “*idea* de Bem” pode ser entendida como o valor moral. Na República platônica, a Ética corresponde às ações políticas nas cidades-estados. Já na Modernidade, a Razão se torna central na discussão filosófica. Neste ponto, Kant fundamenta a Ética a partir da Razão humana. Na ética kantiana as ações humanas são constituídas no dever e, portanto, baseados na deontologia, ou seja, “fundado nas normas e nos deveres de uma ação considerada em si mesma” (BREVIGLIERI, s/d, p. 15).

Kant desenvolveu o que conhecemos por Imperativo Categórico, um dos seus principais conceitos para analisar as ações e condutas humanas, como o dever moral que abrange a todos os indivíduos. Neste conceito, as ações humanas possuem finalidades em si mesmas, ou seja, os objetivos ou interesses próprios não se justificam nas ações; relaciona-se um querer a uma vontade advinda da razão. Sendo então “condição de possibilidade para que possamos atribuir a um ser racional e sensível uma vontade e, com ela, razão prática.” (HERRERO, 2001, p.28)

Na contemporaneidade, observamos a ênfase da linguagem e o uso desta no pensamento filosófico. Jürgen Habermas, filósofo e sociólogo alemão, membro da Escola de Frankfurt, analisa a comunicação como um fator importante para a Ética do discurso, na qual “a racionalidade e a argumentação deveriam guiar os seres humanos no processo de decisão daquilo que faz sentido e daquilo que aceitam como correto para suas vidas.” (SELLA; MÜLLER, 2011, p. 182)

Conforme Habermas, a Ética do Discurso tem como pressupostos a comunicação e o diálogo para que a Razão a partir de um consenso seja alcançada, ou seja a Razão Comunicativa. Em outros termos, a validação das normas que orientam os grupos sociais surge a partir de uma questão conflituosa, onde os indivíduos divergem uns dos outros, por exemplo. Esta questão, por sua vez, levará esses indivíduos a discutirem suas divergências através do diálogo. E

---

consequentemente chega-se ao consenso através de um entendimento mútuo, quando se estabelece a Razão Comunicativa.

No Agir Comunicativo e na Ética do Discurso de Habermas a comunicação gera o mútuo entendimento entre os pares através da linguagem. Conforme Boufleuer e Gagliardi (2005, p. 10), Habermas compreende que as idealizações dos discursos “estão apoiadas no parâmetro da crítica, sua evolução se dá em mantermos critérios com base na verdade e na ética, possibilitando avançarmos linguística e comunicativamente.” Essa teoria possui forte impacto na área de Comunicação e nas Relações Públicas, pois trata de um pensamento que envolve, sobretudo, a interação e o entendimento entre indivíduos, abarcando também algumas questões fundamentais nestas áreas de conhecimento.

Os processos comunicacionais, estabelecidos através da linguagem, que envolvem questões ético-morais são constituídos a partir de três perspectivas intersubjetivas que orientam as práticas de interações entre indivíduos cotidianamente. Conforme Angela Marques (2009), esses processos pressupõem a troca argumentativa alicerçada no ampliamiento de percepções particulares através da consideração da perspectiva do “outro”; na busca da autorrealização dos indivíduos através do reconhecimento social recíproco; e, por fim, na produção, por meio de representações midiáticas, que fomentam e estimulam sentimentos morais direcionados para o “outro”, atuando não apenas na constituição de identidades subjetivas, mas, sobretudo no constante desenvolvimento de ideias que envolvem o reconhecimento de narrativas e identidades distintas e plurais. Sendo assim, a autora explica que “a luta por reconhecimento, além de ser um processo de aprendizagem social é, no contexto mediático, um potencializador de demandas por inclusão de identidades desvalorizadas e tidas como “desviantes” de um padrão normativo amplamente aceito.” (MARQUES, 2009, p. 63).

Nesse contexto, a ética discursiva conecta percepções éticas subjetivas, por meio do uso racional da linguagem, da discussão independente de coerções de quaisquer naturezas, às questões do ponto de vista moral, ou seja, dos interesses e necessidades daqueles que constituem a sociedade. Marques (2009) propõe que a relação entre as perspectivas ético-morais que envolvem os processos de comunicação sejam estabelecidas a partir da reformulação dos vínculos intersubjetivos, de forma que a resolução de conflitos possa unificar e atender às demandas coletivas sem que as diferenças e particularidades dos sujeitos sejam suprimidas.

---

## 2. A ÉTICA NAS RELAÇÕES PÚBLICAS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS ORGANIZAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

As sociedades contemporâneas experimentam mudanças sociais, econômicas e políticas cada vez mais constantes. Observamos, por exemplo, que o uso das tecnologias de informação e comunicação se tornou primordial para a realização de atividades cotidianas como a execução de transações financeiras através das plataformas *fintech*, ou a utilização intensificada das mídias sociais como forma de interação entre os indivíduos, tornando-os mais conscientes dos seus direitos e deveres e mais envolvidos nas questões que cercam sua realidade.

Diante dessas perspectivas, a Ética deixa de ser uma questão refletida apenas na filosofia e passa a ter enfoque em outras esferas do conhecimento. A Comunicação Organizacional e as Relações Públicas possuem caráter estratégico e influência na construção da opinião pública, passando a centralizar discussões em torno da ética e da responsabilidade social das organizações no cenário contemporâneo.

O fato de profissionais de comunicação, e de RP em especial, terem um enorme poder na construção da opinião pública é razão, mais do que óbvia, para tornar estas questões interessantes. E apesar do grau deste poder ser alvo de várias interpretações é consensual afirmar que a comunicação política, a comunicação corporativa, a comunicação financeira ou as estratégias de *lobby* contribuem, sem sombra de dúvida, para dar forma à sociedade contemporânea. (GONÇALVES, 2007, p. 6).

No Brasil, o papel de destaque e reconhecimento público da profissão de RP traz imensa responsabilidade para sua atuação. As Relações Públicas figuram como a única profissão regulamentada da área de comunicação, disciplinada pela Lei nº 5.377, de dezembro de 1967, e regida pelo Decreto nº 63.283, de 26 setembro de 1968.

Sobre a deontologia do profissional de RP, Clóvis de Barros Filho (2004) apresenta uma pesquisa em que identifica um discurso moral dos profissionais e sua relação com o Código de Ética. A partir dos resultados, reflete-se sobre esta categoria através dos discursos dos entrevistados: a transparência é a temática constantemente referenciada pelos profissionais quando se trata de seu ofício, ou seja, de como deve ser pautada a conduta profissional de relações públicas. Entretanto, o autor considera que as relações não são naturalmente

---

transparentes, pois estruturam-se em espaços sociais - como as empresas, por exemplo - que por sua vez, suscitam conflitos de desejos, ou interesses próprios.

Assim, toda empresa é mais do que simplesmente um espaço funcional de produção de bens ou de prestação de serviços. É também um espaço de conflito. Seus integrantes não querem, necessariamente, ao agir, atingir objetivos comuns. Não lutam pela eficácia do sistema, mas pela satisfação de seus próprios apetites. Sem atos interessados não haveria troféus, nem campos sociais. (BARROS FILHO, 2004, p. 103)

A partir destas reflexões, Barros Filho (2004) afirma, portanto, que o discurso sobre a transparência no contexto das organizações concerne uma questão conflituosa em razão da confiança em sua possibilidade e em sua crença como um valor inerente. Esta ideia de garantia de circulação e difusão de informações irrestritamente, na qual muitos profissionais de RP creditam seus ofícios, determina além da norma deontológica e do discurso identitário destes profissionais, a adesão de dogmas e crenças fundamentais, “a *illusio*<sup>49</sup> garante a reprodução do óbvio enquanto objetos dignos de luta e quanto limites práticos morais para alcançá-los” (BARROS FILHO, 2004, p. 110)

Desta forma, o engajamento de grande parte dos RP em seu reconhecimento a partir de valores, como a transparência e circulação de informações pode originar-se ainda da necessidade de autonomia do próprio campo das relações públicas e a representação das suas especificidades, diferindo-se de outros âmbitos, como a administração, por exemplo. Emerge, sobretudo, uma visão crítica das atividades que abarcam as relações públicas e a instância de um discurso identitário comum e legitimador aos profissionais. A ética, por meio da comunicação dialógica com os diversos públicos, se torna fundamental para que as organizações sejam valorizadas em um mercado cada vez mais competitivo. Seja através de políticas mais inclusivas, ou por meio do fortalecimento de áreas que promovem mais transparência em seus processos internos ou administrativos.

Nesse sentido, podemos citar alguns exemplos de empresas cujas ações refletem seu papel social. A empresa Magazine Luiza, do setor de varejo multicanal, desenvolveu o primeiro

---

<sup>49</sup> Conceito relacionado à obra de Pierre Bourdieu que pode ser compreendido como o conhecimento prático que norteará as ações dos agentes nas relações sociais. No texto, Barros Filho (2004) associa as relações sociais e os interesses dos agentes a um jogo e suas regras. A *illusio* seria então o conjunto de regras, ideias que determinarão as práticas dos sujeitos.

---

programa de *trainee* exclusivamente para pessoas negras (CATRACA LIVRE, 2021). A empresa possui 53% de seu quadro de colaboradores autoidentificados como pardos e negros, no entanto apenas 16% ocupam cargos de liderança ou gestão. Esta realidade despertou para que juntamente com o Instituto Identidades do Brasil, a Faculdade Zumbi dos Palmares e o Comitê de Igualdade Racial de Mulheres do Brasil, a empresa desenvolvesse o processo seletivo. Com esta ação, a organização utiliza de seu poder de influência para promover ações inclusivas e levar diversidade racial para cargos de liderança. Diante de exemplos como o da Magalu, além de perceber a preocupação das organizações com seu papel social, é notável também a forte presença das atividades executadas e a necessidade que sejam pensadas pelas relações públicas em sua gestão estratégica.

### **2.1. Responsabilidade Social e Desordem da Informação**

O tema da responsabilidade social, que está diretamente relacionado à ética, se torna cada vez mais importante no contexto organizacional. As organizações contemporâneas passam a perceber seu papel para além de sua produtividade e desenvolvimento econômico. Conforme Kunsch (2003, p. 133), “as organizações descobrem que sua missão não é apenas produzir e prestar serviços em função de um balanço contábil/econômico, mas que têm de pensar também no balanço social.” Desse modo, observamos uma maior preocupação das organizações em se posicionar diante dos seus públicos de interesse. Torquato (2015, p. 216) afirma que “o desafio de colocar mais ética no mundo dos negócios passa, necessariamente, pela preocupação com o consumidor.”

A Responsabilidade Social nas organizações passa a exercer uma função importante. A relação entre organização, públicos e sociedade deixa de ter enfoque apenas na geração e maximização do lucro e passa a ser vista a partir do compromisso destas organizações com o bem comum, com os interesses coletivos. As relações públicas atuam na conscientização das organizações sobre a responsabilidade com a sociedade, com o papel social que é executado por estas, permitindo que suas ações não as isolem no contexto social no qual estão inseridas (KUNSCH, 2018, 2003).

Outro fator a ser destacado nesse contexto é a crescente demanda por modelos de comunicação mais transparentes e humanizados entre organização e públicos. Kunsch (2018)

---

afirma que para atender às necessidades das sociedades contemporâneas, é necessária uma gestão estratégica de comunicação em que canais dialógicos possam ser abertos entre organização, públicos e opinião pública. Desta forma, valorizando a dimensão social das organizações ao mesmo tempo em que fortalece sua imagem institucional.

Entretanto, devemos refletir alguns dilemas e questões que se sucedem e se relacionam diretamente às relações públicas sob a perspectiva da ética e da responsabilidade social. Talvez uma das questões mais frequentes que ocorrem no contexto organizacional é o que Torquato (2015) denomina de dissonância cognitiva, na qual se tem um desacordo entre a imagem pública de uma organização e sua identidade, regida pelos valores éticos.

Nessa seara um dos grandes problemas que tem mobilizado a área de comunicação e a sociedade em geral é o combate a desinformação o que comumente é associado ao termo *fake news*. Claire Wardle (2020) aponta que vivemos sob o fenômeno da desordem da informação que reúne sobre esta definição os diferentes tipos de dinâmicas prejudiciais a difusão de informação nos nossos tempos: *mis-information*, *dis-information* e *mal-information*. A primeira classificação, *mis-information*, fala sobre a informação falsa compartilhada sem a intenção de prejudicar. A *dis-information* diz respeito a uma informação falsa compartilhada para prejudicar. A *mal-information* trata de uma informação verdadeira compartilhada que possa causar prejuízo, como em casos de vazamento de informação (WARDLE, 2020).

O fenômeno da desordem da informação desafia o nosso agir ético e a importância de assegurar boas informações para o público. Em geral, as pessoas-alvo de ações maliciosas são pessoas socialmente vulneráveis. Tomemos como exemplo uma empresa que se afirma diante da opinião pública como aliada a lutas que envolvem pautas de grupos minoritários contra a opressão de certos sistemas. Ao mesmo tempo, essa mesma empresa patrocina um programa televisivo de grande repercussão que apresenta discursos que violam direitos destes mesmos grupos. Ou seja, existe uma dissonância cognitiva, em que fala e prática, imagem e identidade estão em desacordo, invalidando totalmente seu discurso.

Um exemplo categórico que chama atenção neste aspecto é o da operadora de serviços de saúde Hapvida, que ao fazer uma publicação comemorando o Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+ em seu perfil no *Twitter*, recebeu uma série de críticas dos usuários, entre eles o ex-deputado Jean Wyllys por ser uma das patrocinadoras do programa ‘Alerta Nacional’, de

---

Sikêra Jr. (O POVO, 2021). O apresentador possui um discurso violento contra diversas pautas humanitárias, destilando discurso de ódio contra pessoas negras, LGBTQIA+, pessoas com deficiência etc. Sikêra Jr. é reconhecidamente um agente de desinformação que propaga todo tipo de informação falsa e está disponível diariamente na televisão aberta brasileira. Na situação em que foi confrontada, a empresa Hapvida suspendeu o patrocínio ao programa, porém muitas outras ainda mantêm seus apoios e se colocam nessa arena de informações falsas e violentas.

A sociedade civil organizada tem ganhado, a partir das mídias sociais, um papel importante no combate a desinformação. Como exemplo disso, Magalhães, Cruz e Vale (2021) apontam o movimento Sleeping Giants Brasil como importante catalisador do ativismo para desmonetizar agentes de desinformação nas mídias. Sikêra Jr. foi um dos alvos de campanha de desmonetização do grupo, que tem denunciado casos como esse, buscando alertar empresas que financiam ações e personalidades que atuam na disseminação de desinformação. Ainda que essas campanhas venham acontecendo, é preciso que a sociedade se empodere e perceba o quão nocivos são manter essas pessoas com seus discursos de ódio e desinformação que alimentam a violência e a separação social, quando deveríamos estimular paz, união e igualdade.

Destacamos que a manutenção desse tipo de programa coloca toda a credibilidade das organizações envolvidas na produção, bem como de seus apoiadores e patrocinadores. Muitas empresas acabam por negligenciar uma tomada de atitude em relação a esses discursos, o que esvazia a pauta de inclusão social e temos a sensação de que o interesse por trás de “ações inclusivas” é fundamentado exclusivamente como finalidade lucrativa. É preciso que as organizações se responsabilizem com a verdade, com ações que objetive apenas uma imagem institucional positiva, mas também uma ferramenta estratégica e dialógica que permita que as empresas e a sociedade prosperem mutuamente. (PERUZZO, 2021).

Sem um compromisso com a verdade e com a vida em sua diversidade não haverá transformação. Nesse sentido, Peruzzo (2021) reflete sobre a importância de haver mudanças sobre os papéis que as organizações exercem na sociedade e sobre a maneira com que suas ações são pensadas internamente. Estas mudanças devem acontecer não apenas de forma superficial, mas principalmente na própria cultura organizacional e suas práticas. Devemos pensar para além das riquezas, produtividade e lucratividade, afinal “a responsabilidade é de todos e os ganhos são de todos também.” (PERUZZO, 2021, p. 287).

---

Esses desafios sugerem que como profissionais que realizam este processo de comunicação e relacionamento entre as organizações e seus públicos, devemos sempre nos posicionar atentos aos princípios éticos que regem as relações públicas, que por sua vez, originam-se a partir dos nossos princípios éticos como nas esferas individual e coletiva, afinal, a prática profissional age direta e indiretamente no contexto social.

### **3. RE-PENSAR A ÉTICA, DESCOLONIZAR A PRÁXIS**

A partir dessas reflexões, há que se dar relevo às condições sociais e políticas do país na atualidade, em que se observa a necessidade de transformações estruturais na forma com que convivemos. Agir de maneira ética é fazer política, abrir espaços de diálogo e de transformação social que combatem a desordem da informação. Nessa linha, o desenvolvimento do capitalismo global em sua face neoliberal traz ainda mais desafios para a sociedade em manter a condição humana. Os efeitos da globalização podem ser percebidos principalmente nas margens e periferias do mundo, a qual estamos inscritos no Sul Global.

O pensamento decolonial surge a partir da modernidade e colonialidade, como uma forma de luta e da resistência dos povos latino-americanos contra as formas de poder impostas pelas sociedades capitalistas. O pensamento decolonial existe e resiste há mais de 500 anos e só é possível a partir do reconhecimento da própria colonialidade.

A decolonialidade como conceito constitui-se pela existência da colonialidade, e ambas estão ocultadas pela modernidade, que exerce um poder ilusório dentro de um sistema-mundo moderno capitalista. Assim, a decolonialidade atua como luta e resistência contra as colonialidades impostas aos grupos subalternos e contra o padrão de poder, e a sua teorização se dá a partir da construção alternativa à modernidade eurocêntrica, tanto no seu projeto de civilização quanto em suas propostas epistêmicas. (OLIVEIRA; LUCINI, 2021, p. 107)

Sendo assim, pensar a decolonialidade se coloca como uma necessidade de combater as violências impostas ao longo dos tempos, inclusive os silenciamentos epistêmicos investidos pela própria ciência. Por isso, entendemos que é importante pensar a realidade a partir das desigualdades profundamente enraizadas no nosso cotidiano em termos de raça, gênero e classe,

---

trazendo a voz de pessoas pensadoras e teóricas historicamente subalternizadas na academia eurocêntrica. Dessa forma, propomos pensar uma ética decolonial da atividade de relações públicas, a partir de Almeida (2018), Ribeiro (2017), Krenak (2019) e Mbembe (2018), em diálogo com Peruzzo (2021) e Rocha Moraes e Galvão (2019).

Uma das questões que é fundamental que seja consensual é a percepção de realidade, que é profundamente marcada pelas desigualdades sociais. Essas relações desiguais e extremamente hierarquizadas têm seus contornos acentuados por essa sociedade ocidentalizada que vive e se privilegia das marcas deixadas pelo genocídio dos povos indígenas e pela escravização de pessoas negras trazidas da África. Por isso, nossa sociedade se defronta cotidianamente com o racismo estrutural (ALMEIDA, 2018) que decompõe as instituições públicas, enfraquece a democracia e desfavorece a promoção de igualdade de oportunidades.

Essas marcas revelam as sociabilidades violentas que atravessam determinados corpos sociais, tais como negros, indígenas, mulheres, pobres, pessoas com deficiência, pessoas LGBTQIA+ entre outros grupos minorizados. Diante dessa conjuntura, cada vez mais latente e cheia de confrontos públicos, as organizações precisam se inserir em um contexto que não admite mais formas de opressão. Não há democracia enquanto houver pessoas sub-humanizadas, que não conseguem viver de maneira digna.

Colocando-se a partir do ponto de vista do sujeito implicado nessa realidade é que notadamente é colocada em prática a necropolítica, uma política de morte (MBEMBE, 2018). Na esteira da necropolítica, não há um desprezo dos governos brasileiros e de grande parte das corporações aqui instauradas pela pobreza, mas sim pelo sujeito negro e pobre. Assim se constroem nas mais variadas esferas, discursos que criminalizam o ser humano, invisibilizam a capacidade humana transformadora, criativa e fundamental para que possamos viver um presente e um futuro de bem-viver.

Nessa conjuntura social, política, econômica, cultural, a própria ciência tem tomado um caminho diferente, que não se coloca como remédio ou solução tópica, mas se dispõe a abrir ao diálogo e em relação com a sociedade pensar e refletir alternativas ao que tem se materializado como extermínio da existência humana. Uma das formas que se tornam prementes no debate social acerca da ética como con-viver, bem-viver é valorizar e adotar um pensamento decolonial, que subverta a lógica da exploração do capital pelos resultados de lucro para poucos.

---

Nesse sentido, o filósofo indígena Ailton Krenak (2019) é uma das vozes que ecoam por uma perspectiva de dias melhores, em que as pessoas e seres vivos possam conviver em harmonia com a natureza. A cooperação entre os povos que assume o rastro de destruição causado pelo que foi feito até hoje e alerta à solidariedade com os povos nativos nas diferentes regiões do mundo, deve ser premissa para o despertar e adiar a marcha fúnebre planetária.

Sentimos insegurança, uma paranoia da queda porque as outras possibilidades que se abrem exigem implodir essa casa que herdamos, que confortavelmente carregamos em grande estilo, mas passamos o tempo inteiro morrendo de medo. Então, talvez o que a gente tenha de fazer é descobrir um paraquedas. Não eliminar a queda, mas inventar e fabricar milhares de paraquedas coloridos, divertidos, inclusive prazerosos. (KRENAK, 2019, p. 31)

A partir de Krenak, entendemos que a vulnerabilidade, a conscientização das limitações humanas em lidar com tamanhas atrocidades deve dar espaço ao bem-viver, a criatividade, a solidariedade, ao entendimento de que existem outras formas de vida que não contemplam o lucro, o mercado. Aceitar o outro, a diferença é criar espaços para a inventividade, para a descoberta e para a convivência harmoniosa e proveitosa do tempo limitado que vivemos na Terra. Ele também destaca que a sua preocupação não é com seu povo, que resistiu aos sucessivos genocídios ao longo da história, mas principalmente com o homem branco, que tem insistido num modelo de vida que destrói a todos.

A partir disso, reflete-se a importância de criar espaços e oportunidades para que pessoas subalternizadas falem e sejam ouvidos. Uma verdadeira inclusão deve parar a política de silenciamento imposta ao longo dos séculos a determinados grupos, assegurando que o lugar de fala (RIBEIRO, 2017) de subalternidade, deixam à mostra uma maneira de ser, pensar e dialogar com as práticas sociais e culturais sob um viés singular que fala, deixa falar e se faz ouvir. A diferença, o “outro” não deve ser visto, observado, utilizado como fetiche do mercado, da representação vazia de significação, mas entendidos em sua potência e oportunizando em comunidade que se faça uma plena existência humana.

Iniciativas profissionais que se colocam num espaço de disputa narrativa, que valoriza a cultura e a história afro-brasileira e indígena são fundamentais nesse processo de mudança de olhar. Podemos citar como exemplo, o coletivo RPretas (ROCHA, MORAES e GALVÃO,

---

2019), iniciativa de três mulheres negras relações-públicas, que atuam no empoderamento de artistas, negócios, influenciadores negros e periféricos por meio da comunicação. É uma forma de escrever e inscrever novas narrativas sob um olhar de si mesmo, levando a filosofia conhecida como “nós por nós”.

Dessa forma, reflete-se que a abertura à uma práxis ética da pessoa relações-públicas perpassa por uma nova forma de se inscrever na sociedade, não mais a serviço do capital (PERUZZO, 2021, 1986), em defender os interesses das organizações, desprezando a cultura, as formas de vida, o conviver. Ao descolonizar, é preciso olhar para o trabalho não mais como resultado produtivo, mas como fonte de enriquecimento cultural e social. Essa forma de entender não deve estar restrita ou circunscrita às organizações do terceiro setor ou aos movimentos sociais, pois as empresas precisam assumir sua responsabilidade de maneira plena.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através das reflexões sob a égide do que se entende por ética, abordamos algumas questões incorporadas aos aspectos que envolvem os processos de comunicação e relacionamos aos desafios da prática das Relações Públicas que influenciam diretamente a coletividade. Desta forma, consideramos a perspectiva crítica dos discursos referentes aos ofícios profissionais e o entendimento da profissão distanciado da lógica capitalista das sociedades neoliberais.

Pensar as Relações Públicas inseridas em práticas cidadãs que cumpram o seu papel com o interesse público se torna cada vez mais um debate central para profissionais, acadêmicos e pesquisadores. É cada vez mais importante inserir os debates sobre desordem da informação em todas as profissões da comunicação, para que seja garantida a circulação fidedigna de informações na sociedade. Em muitos momentos, esses profissionais se defrontam com dilemas e conflitos sobre o agir socialmente responsável, que muitas vezes coloca em xeque os interesses das organizações as quais representam. Refletimos, assim, que só poderemos construir uma realidade mais igualitária, se todos os cidadãos estiverem engajados na luta de inclusão das diversas vozes pelas transformações sociais.

Dessa forma, entendemos que é preciso pensar nas relações públicas, principalmente no Sul Global, a partir de uma visão decolonial e não apenas como um instrumento para que as

organizações construam imagens positivas perante a opinião pública e, conseqüentemente, obtendo a maximização dos lucros e a manutenção das relações coloniais. Uma visão ética decolonial possibilita ao profissional construir o valor do entendimento entre as partes, ou seja, possibilita ao profissional de RP agir na construção de um cenário social em que os interesses coletivos sejam priorizados e o diálogo seja a ponte para uma nova realidade possível.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, S. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- BOUFLEUER, J.; GAGLIARDI, A. Concepções e práticas em relações públicas: perspectivas de um agir comunicativo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. XXVIII, 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: UERJ, 2005, p. 1-15
- BRASIL. **Lei nº 5.377, de 11 de dezembro, de 1967.** Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/1950-1969/15377.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1950-1969/15377.htm). Acesso: 10 de ago. de 2022.
- BRASIL. **Decreto nº 63283, de 26 de setembro de 1968.** Aprova o Regulamento da Profissão de Relações Públicas de que trata a Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1950-1969/D63283.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1950-1969/D63283.htm) Acesso em: 10 ago. 2022.
- BARROS FILHO, C. Anulação do desejo na moral da transparência: um ensaio sobre ética nas relações públicas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v.1, n. 1, p. 100-116, São Paulo, maio 2004.
- BREVIGLIERI, H.. **Princípios básicos da ética.** S/d. p. 1-28.
- FUENTE, A. M. L.; REIS, J. C. O papel estratégico da Comunicação na construção e manutenção da reputação organizacional: uma proposta de alinhamento entre organizações e públicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E RELAÇÕES PÚBLICAS, 11, 2017, Belo Horizonte, **Anais.** [...] Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.
- GONÇALVES, G. Ética das relações públicas. A falta de responsabilidade social nos Códigos Éticos de Relações Públicas. In: Congresso da International Association for Media and Communication Research. IX, 2007, Paris. **Anais...** Paris, p. 1-29.
- HAPVIDA suspende patrocínio de Sikêra Jr. Por homofobia. **O Povo.** 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/economia/2021/06/28/hapvida-suspende-patrocínio-a-sikera-jr--por-homofobia.html> Acesso em: 10 de ago. de 2021.
- HERRERO, F. J. A Ética de Kant. **Síntese.** Belo Horizonte, v. 28, n. 90. p. 17-36, 2001. Disponível em: <http://www.faje.edu.br>.
- KRENAK, A. **Ideias para adiar o fim do mundo.** Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2019.
- KUNSCH, M. M. K. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 33, p. 13-24, 2018.
- KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

- 
- MAGALHÃES, M., CRUZ, M. e VALE, K. #Desmonetizasikera: o net-ativismo na campanha dedesmonetização contra o discurso de ódio na televisão. **Discursividades**, v. 8, n. 1, p. 122-153, 2021.
- MAGALU abre programa de trainee exclusivo para pessoas negras. **Catraca Livre**. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/carreira/magalu-abre-programa-de-trainee-exclusivo-para-pessoas-negras/> Acesso em: 09 de ago. de 2021.
- MARQUES, A. As relações entre ética, moral e comunicação. **LOGOS**, 31, v. 17, Rio de Janeiro, 2009.
- MBEMBE, A. **Necropolítica**. 3. ed. São Paulo: n-1 edições, 2018.
- OLIVEIRA, E. S. ; LUCINI, M. . O Pensamento Decolonial: Conceitos para Pensar uma Prática de Pesquisa de Resistência. **BOLETIM HISTORIAR** , v. 8, p. 97-115, 2021.
- PERUZZO, C. **Relações Públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo: Summus, 1986.
- PERUZZO, C. Cidadania nas organizações empresariais: provocando reflexões sobre respeito à diversidade. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação** [online], v. 44, n. 2, p. 275-290, 2021.
- RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.
- ROCHA, L.; MORAES, M.; GALVÃO, P.. Coletivo RPretas: a comunicação como ferramenta para reconstruir e evidenciar narrativas negras. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO CIDADÃ, 14., 2019, Niterói. **Anais** [...]. Abpcom: Niterói, 2019.
- SELLA, A. C.; MÜLLER, M. C. É possível a Ética do Discurso de Habermas para pessoas com deficiência? **Revista Brasileira de Educação Especial**, v. 17, p. 181-194, 2011.
- TORQUATO, G. **Comunicação nas organizações**: empresas privadas, instituições e setor público. São Paulo: Summus, 2015.
- WARDLE, C. **Para entender a desordem informacional**. First Draft, 2020. Disponível em: [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW\\_PTBR.pdf?x76851](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851). Acesso em 09 jun. 2022.

---

**A Sputnik Brasil como ferramenta de propaganda russa  
sobre a guerra da Ucrânia<sup>50</sup>**

**Sputnik Brazil as a tool of Russian propaganda  
about the war in Ukraine**

Luan Gabriel Alves de OLIVEIRA<sup>51</sup>  
Lídia RAMIRES<sup>52</sup>

**RESUMO**

O objetivo desse artigo é comparar o discurso da *Sputnik Brasil* sobre a invasão da Ucrânia com o de veículos mais tradicionais da imprensa brasileira, sendo representado aqui pelo *GI*, e fazer uma discussão sobre sua presença no Brasil. Considerada uma arma de propaganda por analistas, o veículo vem fazendo uma cobertura extensa da invasão e, analisando-a, conclui-se que ele possui discurso idêntico ao propagado pelo governo russo.

**PALAVRAS-CHAVE**

Jornalismo; Rússia; Ucrânia; discurso; MII

**ABSTRACT**

The goal of this article is to compare the discourse of *Sputnik Brazil* about the invasion of Ukraine with that of more traditional vehicles from the Brazilian press, represented here by the portal *GI*, and make a discussion about its presence in Brazil. Considered to be a propaganda weapon by analysts, the vehicle is making an extensive coverage of the invasion and, by analyzing it, it is concluded that it has a discourse that is identical to that of the Russian government.

**KEYWORDS**

Journalism; Russia; Ukraine; discourse; MII

---

<sup>50</sup> Artigo apresentado originalmente na forma de resumo expandido no IJ – 01 Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste

<sup>51</sup> Estudante do 8º período do Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes da Universidade Federal de Alagoas; e-mail: [luan.oliveira@ichca.ufal.br](mailto:luan.oliveira@ichca.ufal.br)

<sup>52</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes da Universidade Federal de Alagoas (Ufal); e-mail: [lidia.ramires@ichca.ufal.br](mailto:lidia.ramires@ichca.ufal.br)

---

## INTRODUÇÃO

Apesar de haver certo consenso no Ocidente sobre os motivos e a natureza da invasão russa a Ucrânia, o evento representa mais um capítulo da guerra de informação que se trava sobre diversos temas. Enquanto alguns afirmam que se trata de uma reação russa ao expansionismo da Aliança do Tratado do Atlântico Norte (Otan), muito se fala também sobre o próprio avanço russo no Leste Europeu, com incursões recentes na Geórgia e na Crimeia.

Na imprensa brasileira, a discussão majoritariamente atende ao discurso ocidental dominante, onde o expansionismo russo e as ambições imperiais de Vladimir Putin o levaram a invadir mais um território que historicamente esteve na esfera de influência russa. Como referencial para a imprensa brasileira, será usado o portal de notícias G1, pertencente ao Grupo Globo. Se trata de um dos maiores veículos brasileiros com formato similar ao da *Sputnik Brasil*, o “jornalismo de portal”, com conteúdo interativo e gratuito.

Mais alinhado ao discurso russo se encontram os próprios veículos estatais da Rússia, que marcam presença em vários países do mundo. Como referência para esse artigo, usamos a *Sputnik Brasil*, classificado pelo pesquisador Elias Groll como “o *BuzzFeed* da propaganda”, devido a sua abordagem dinâmica e multimídia (2014), similar ao viral americano. Lá, o conflito não é chamado de guerra, e sim de “operação especial russa”, conforme linguagem usada pelo governo russo e imposto aos veículos locais pela *Roskomnadzor*<sup>53</sup>, a agência reguladora de comunicações do país.

Neste artigo, fazemos uma análise de textos sobre o conflito publicados nesses dois veículos e comparamos a abordagem utilizada. Ambos são textos em formato de análise que buscam orientar o leitor sobre as razões da invasão ao território ucraniano. Com a leitura, percebemos que o divulgado pela *Sputnik Brasil* emula o discurso oficial do Kremlin, espalhando entre os públicos brasileiros, especialmente aqueles com menor compreensão sobre o tema, uma versão distorcida dos acontecimentos no Leste Europeu.

Para fazer uma leitura dos textos e compreender suas construções de sentidos, faremos uso da Análise do Discurso Francesa (ADF), conforme proposta por Michel Pêcheux (1988).

---

<sup>53</sup> Disponível em: <https://www.reuters.com/world/europe/russia-warns-local-media-over-ukraine-war-coverage-2022-02-26/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

---

Para a Análise do Discurso, a interpretação e produção de um texto passam pela ideologia dos indivíduos, e é uma poderosa ferramenta para se desvendar os sentidos embutidos no dito e no não-dito. Eni Orlandi (2017, p. 21) destaca que, na comunicação, é transmitido muito mais do que meras palavras:

[...] não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente a transmissão de informação.

Na pesquisa aplicada ao jornalismo, a AD encontrou um terreno fértil, com várias produções sendo feitas e diversos jornalistas em programas de pós-graduação dedicados à área. Como afirma Lídia Ramires (2007, p. 88): “Procurar saber como esse processo [do fazer jornalístico] se dá e que interesses cercam a produção de notícias é ir para além do texto e entrar nos meandros da discursividade”.

Michel Pêcheux (1988, p. 160) afirma que “[...] o sentido de uma palavra, de uma expressão de uma preposição etc., não existe ‘em si mesmo’, mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual [...] são produzidas”. Por isso, entender o contexto da formação da *Sputnik* e seu lugar no mercado jornalístico é importante para analisar seu discurso. Esse será o primeiro objeto de investigação.

## **A MÁQUINA DE PROPAGANDA RUSSA E A MII**

Em 2014, um decreto presidencial criou a Sputnik, uma agência de notícias internacionais que suplantava a *RIA Novosti*, dissolvida no ano anterior. De acordo com o seu chefe, o controverso Dmitry Kiselyov, o portal deveria oferecer “interpretações alternativas que, sem dúvida, estão em demanda no mundo” (GROLL, 2014).

Utilizando apenas as ferramentas disponibilizadas no portal, o usuário comum teria dificuldades para descobrir a origem do veículo, ou que se trata de um veículo financiado pelo governo russo. Na aba “quem somos” do portal, localizada no rodapé, ele se descreve como “uma agência de notícias moderna”, com sede em Moscou e escritórios em todo o mundo. A página cita, depois, que o portal faz parte do grupo Rossiya Segodnya, mas não pontua que se

trata de um grupo estatal até o final da descrição, junto de outras informações técnicas, quando afirma que seu fundador é a “Empresa Federal *Estatal* Agência Internacional de Notícias Rossiya Segodnya”<sup>54</sup> (destaques do autor).

Em sua pesquisa sobre a Sputnik Brasil, Denise De Rocchi oferece duas interpretações para o uso da agência de notícias: a de ferramenta de *soft power*, ou seja, um componente que busca influenciar indiretamente em prol dos interesses russos, e, também, a de arma de guerra híbrida (2017, p. 1-2). Fazendo uso da metodologia da análise de conteúdo, a professora classificou postagens feitas no Facebook do veículo veiculadas entre 5 e 12 de abril de 2017. Ela afirma que “encontraram-se elementos para demonstrar que a escolha das notícias mais relevantes, aquelas que seriam promovidas via redes sociais junto aos leitores, eram ligadas a assuntos de maior interesse na política externa russa” (2017, p. 4).

Comparando com o conteúdo do G1, a autora também encontrou diferenças marcantes no discurso de ambos os veículos sobre o conflito na Síria, que se encontrava no auge de sua guerra civil e com denúncias da comunidade internacional ao uso de armas químicas por Bashar Al-Assad, um aliado de Vladimir Putin. “Enquanto os jornalistas da Rede Globo se referem à existência de ‘grupos rebeldes’ na região onde houve o ataque com armas químicas, o Sputnik afirma que estes são ‘grupos terroristas’, denominação que o presidente sírio Bashar Al Assad atribui a alguns de seus opositores” (2017, p. 4-5).

Para prosseguir com a discussão, evocamos aqui o conceito de “malign information influence (MII)”, que se traduz como “influência informacional maligna”, como proposto por Charlotte Wagnsson, em artigo sobre a Sputnik:

[... o termo denota] informação patrocinada por regimes autoritários ou outros atores hostis, projetada por meio de transmissão internacional para infligir danos. Esse tipo de transmissão internacional obscurece as linhas entre diplomacia pública, propaganda e jornalismo tradicional. Tais comunicações frequentemente se tornam atraentes por meio de narrativas efetivas que se constroem por meio da desinformação, mas não se restringem a ela. (WAGNSSON, 2022, p. 2, tradução nossa).<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Disponível em: [https://br.sputniknews.com/docs/quem\\_somos.html](https://br.sputniknews.com/docs/quem_somos.html). Acesso em: 28 fev. 2022.

<sup>55</sup> “Information sponsored by authoritarian regimes or other hostile actors and projected through international broadcasting to inflict harm upon others. This kind of international broadcasting blurs the lines between public diplomacy, propaganda, and traditional journalism (Rawnsley, 2015, p. 274; Rawnsley, 2016; Wright et al., 2020). Such communication is often made attractive through affective narratives that build on, but is not restricted to, disinformation”.

## COMPARANDO DISCURSOS

Tomaremos como referência artigos que buscam explicar o básico do conflito para o leitor, oferecendo um contexto para a decisão russa de mover tropas para a fronteira e, por fim, atacar. Do lado do G1, temos o artigo “Por que a Rússia invadiu a Ucrânia”<sup>56</sup>. Na Sputnik, colhemos o artigo “O que Putin quis dizer com 'desnazificação' da Ucrânia e por que é tão importante?”<sup>57</sup>.

No G1, o subtítulo da matéria diz: *“Rússia e a Ucrânia vivem uma antiga história de conflitos. Ao longo dos séculos, a Ucrânia fez parte de impérios, sofreu inúmeras invasões, foi incorporada pelos russos e pelos soviéticos, se tornou independente, mas nunca resolveu por completo sua relação com a Rússia”*. Nesse trecho, é destacado um histórico de conflitos entre ambos os países e o fato de que a Ucrânia, historicamente, “fez parte de impérios, sofreu inúmeras invasões”. Vemos implícito no subtítulo do texto a ideia de que o país possui um histórico de assujeitamento, tendo agora vislumbrado sua independência, novamente ameaçada pelo jugo russo, como é sugerido na última parte do subtítulo.

Em seguida, o texto cita em pontos os motivos para os conflitos: movimentos separatistas no Donbass, expansão da Otan e aproximação da Ucrânia com o Ocidente e a ambição expansionista de Putin. Ao citar o histórico soviético do país, o G1 relembra o Holodomor, o “genocídio pela fome”. Tal lembrete se encontra em destaque, com letras de maior tamanho e demarcada por uma linha vermelha.

**Figura 1:** G1 destaca Holodomor em caixa alta em seu texto, e pontua a independência do país logo após, com marcação de texto

<sup>56</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/ucrania-russia/noticia/2022/02/24/por-que-a-russia-invadiu-a-ucrania.ghtml>. Acesso em 28 fev. 2022.

<sup>57</sup> Disponível em: <https://br.sputniknews.com/20220226/o-que-putin-quis-dizer-com-desnazificacao-da-ucrania-e-por-que-e-tao-importante-21601601.html>. Acesso em 28 fev. 2022.

**MUNDO**

A estimativa é que, entre 1931 e 1934, cerca de quatro milhões de ucranianos tenham morrido de fome. Inclusive, os ucranianos têm um nome para esse período:

“Holodomor” — genocídio pela fome.

Mesmo as gerações que não viveram a época se sentem marcadas por ela.

**Desde 1991, com o fim da União Soviética, a Ucrânia é um país independente.** Mas as histórias do país e da Rússia se confundem. A Ucrânia é considerada o berço da Rússia moderna.

Fonte: G1.

O texto recapitula os episódios do *Euromaidan* afirmando que “os ucranianos depuseram seu presidente pró-Rússia no início de 2014”. O ocorrido é contestado, especialmente na visão dos separatistas pró-Rússia e o próprio Kremlin. Para eles, se tratou de um golpe de estado para retirar o país da esfera de influência de Moscou. Essa versão possui defensores inclusive na academia, com destaque do popular artigo do professor John Mearsheimer, que classifica as atitudes do ocidente como “afronta” (2014, p. 2). Ao afirmar que “os ucranianos depuseram” o presidente Viktor Yanukovich, o portal implicitamente afirma ter se tratado de um ato legítimo de soberania popular.

Como consequência da deposição de Yanukovich, o texto diz, Vladimir Putin ordenou a captura da península da Crimeia, no sul da Ucrânia, “e apoiou separatistas que capturaram duas grandes províncias no leste do país — Donetsk e Luhansk”. Mais tarde, o autor também destaca o reconhecimento das duas províncias como nações independentes, “o que desrespeitaria um acordo de paz para o leste da Ucrânia, assinado em 2015”.

Buscando maiores referências no interdiscurso, “aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. [...] O que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, do já-dito” (ORLANDI, 2007, p. 31), notamos mais alguns pontos no discurso do veículo.

Um desses pontos é a forma como o texto do *G1* menciona a Rússia: diferente de outros textos, a Rússia é chamada não por seu nome, e sim pelo do seu presidente, Vladimir Putin. A escolha do portal denota que as ações do autocrata não representam a vontade da maioria do

país, como a extensiva cobertura dos protestos contra a guerra insinua<sup>58</sup>. Já a Ucrânia é descrita como uma única unidade e chamada pelo seu nome em todo momento, destacando inclusive “movimentos da Ucrânia de aproximação com instituições europeias”. O nome do presidente ucraniano, Volodymyr Zelensky, não é mencionado em nenhum momento no texto.

Essas escolhas de nome (e a ausência que as acompanham) podem ser classificadas naquilo que Orlandi chama de “silêncio local”: “aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura, que faz com que o sujeito não diga o que poderia dizer” (ibid., p. 83). Putin foi eleito pelo povo russo e o representa, e suas atitudes como chefe do executivo são a atitude do governo enquanto instituição e, logo, de seu povo manifesto. O reconhecimento dessa realidade passa ao largo do texto. Esse mesmo silêncio local está presente no texto da *Sputnik Brasil*, como veremos mais à frente.

Do lado do veículo de origem russa, temos um forte teor pró-Kremlin logo no título. O que seria a “desnazificação” da Ucrânia, frequentemente alardeada no discurso oficial russo, é o foco do texto. A ação, junto da desmilitarização do país, é tida como importante de frente. O leitor está ali para entender não *se*, mas meramente *porque* tal movimentação é importante.

Na *Sputnik*, a ação russa é chamada de “operação especial militar”, em oposição ao G1, que afirma em seu primeiro parágrafo, em negrito, que “Vladimir Putin invadiu a Ucrânia”. O texto da agência estatal utiliza a fala do porta-voz Dmitry Peskov, que “detalhou que ‘desnazificar’ significa libertar a Ucrânia de neonazistas, de seus apoiadores e sua ideologia”, frase marcada em negrito no portal. Chama atenção o uso do verbo de elocução “detalhou” ao invés de uma formação mais neutra, como “afirmou” ou “disse”, que assujeitaria tal fala ao autor, e não aos fatos narrados. Conforme observa Gavazzi e Rodrigues (2003, *apud* PRADO, 2008, p. 44-45), termos como “dizer, falar”, são normalmente lidos como mais neutros, enquanto “explicar, diagnosticar” e suas variações colocam o entrevistado em uma posição de maior domínio sobre o que seria “*a verdade*”.

Em outro trecho, a *Sputnik* diz que “Moscou tem avisado repetidamente outros países que os **neonazistas tomaram o controle da Ucrânia** após o **golpe de Estado** pró-ocidental” (destaques constam no original). Apesar dos avisos, os países ocidentais têm “ignorado as

---

<sup>58</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2022/02/24/celebridades-russas-criticam-invasao-a-ucrania.ghtml>. Acesso em 28 fev. 2022.

violações de direitos humanos cometidas por Kiev desde então”. Aqui, a Rússia é colocada como a salvadora do povo ucraniano de violações de direitos humanos (que, no texto, não são *supostas*). Esse discurso é similar, por exemplo, ao adotado pelos EUA quando justificam incursões nos territórios de outros países.

Enquanto o texto do *GI* relembra os horrores do Holodomor sob Stalin na então República Socialista Soviética da Ucrânia (RSSU), a *Sputnik Brasil* traz sua própria tragédia: os embates em Odessa de 2014. Descrita como “uma das páginas mais sombrias da história do país”, a narrativa do portal conta que grupos “contrários ao golpe de Estado” foram encurralados por “neonazistas” que “apoiados pelas novas autoridades ucranianas” incendiaram um prédio sindical, onde 42 morreram e 250 ficaram feridas. O parágrafo destaca que os bombeiros só chegaram uma hora após o início das chamas, o que poderia sugerir cumplicidade ou incompetência das autoridades ucranianas.

Outra diferença é como as regiões de Donetsk e Luhansk são tratados pelos veículos: “províncias” no *GI*, essas são reconhecidas como repúblicas independentes no texto do *Sputnik*. Lá, a “nova liderança” de Kiev regularmente ordenava tropas para “bombardear as cidades da RPD e RPL”, abreviações para República Popular de Donetsk e Luhansk, respectivamente. Essas tropas estariam envolvidas em saques, estupros e, como colocado no subtítulo, “crimes de guerra”.

“Os nacionalistas e neonazistas sentados no governo de Kiev também têm uma rica história de crimes e violações de direitos humanos”, coloca o texto. Assim como, no *GI*, a figura de Putin é separada da Rússia enquanto Estado Nacional, no texto da *Sputnik* o governo de Kiev pós-Maidan é tratado como um ente separado da nação em si.

Uma última razão para a invasão trazida pelo texto da *Sputnik* é a discriminação do idioma russo em Kiev. O texto diz que a “liderança ucraniana muitas vezes encorajou em todo o país a discriminação contra tudo o que fosse relacionado à Rússia ou à língua russa”, e que suásticas são desenhadas em memoriais da Segunda Guerra.

Ao fim do texto, uma sugestão de leitura é feita pelo portal: “A lista completa dos crimes cometidos pelos líderes nacionalistas de Kiev ao longo desses oito anos estão detalhadas no Livro Branco” [sic]. É uma referência a uma publicação oficial do governo russo de 2014, onde

---

as várias violações que Kiev supostamente teria cometido contra sua população, especialmente os russos étnicos, são esmiuçadas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Efetivamente banida da União Europeia após o início da divulgação de matérias sobre a invasão da Rússia ao território ucraniano, a *Sputnik* segue funcionando livremente no resto do mundo, inclusive no Brasil. Considerando que o país é responsável pela compra de R\$ 1.5 bi de produtos brasileiros em 2021, segundo dados do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, não seria prudente a tomada de uma decisão similar por parte do Brasil – especialmente considerando a posição histórica de neutralidade da diplomacia brasileira.

Conforme relembra Nayara Wiira (2019, p. 3), desde a visita de Fernando Henrique Cardoso à Rússia em 2002, no início da longa estadia de Vladimir Putin no Kremlin, ambos os países vêm alimentando uma crescente aproximação, que se acelerou consideravelmente com as tentativas do Partido dos Trabalhadores de fazer uma frente unida de nações em desenvolvimento no palco global. Hoje, Rússia e Brasil são parceiros no BRICS e possuem várias pautas similares em organizações como a ONU e a OMC (WIIRA, 2019, p. 6-7).

A posição historicamente neutra da diplomacia brasileira, contudo, nunca impediu sua atuação crítica frente às grandes questões globais, como o voto do país em favor de resolução da ONU condenando a invasão. O posicionamento do Estado também não elimina a responsabilidade dos profissionais da imprensa e dos acadêmicos de entenderem como o governo russo faz uso de suas agências estatais de notícias para influenciar o pensamento do público internacional. Hoje, é possível ver o discurso oficial da Rússia ecoando nos recantos mais extremos da esquerda e da direita nacional, todos amparados em um comum desprezo pela política exterior intervencionista dos Estados Unidos.

O discurso antiamericano usado pelo governo russo para justificar sua invasão à Ucrânia também encontra vários adeptos no Brasil, um país onde a confiança nos Estados Unidos é abalada por seu histórico intervencionista e, mais infamemente, as operações Condor e Brother Sam, que juntas auxiliaram na implantação de uma ditadura civil-militar que durou 21 anos e resultou em milhares de mortes e desaparecimentos.

Segundo dados do Similarweb, 5% do tráfego da Sputnik vem do Brasil, com um crescimento registrado de mais de 50% na data de conferência dos dados<sup>59</sup>. Literatura sobre os impactos da produção da agência no país não pôde ser encontrada, mas levantamentos feitos em outros países mostram um cenário interessante. Charlotte Wagnsson (2020, p. 7-8) concluiu em uma pesquisa que o consumo do portal era mais comum entre jovens de 18 a 29 anos, que seguiam partidos sem representação oficial no parlamento e mais ligados à esquerda e à direita radical.

Mesmo que leitores da RT/Sputnik confiem na mídia sueca mais do que eles confiam na RT e Sputnik, eles demonstram confiança menor do que não-leitores em políticos suecos, instituições da sociedade organizada, veículos de mídia, notícias e jornalismo. Isso confirma pesquisas anteriores demonstrando que o consumo de mídia não-*mainstream* é negativamente ligado à confiança na mídia como um todo (WAGNSSON, 2020, p. 13, *tradução do autor*).<sup>60</sup>

Tal pesquisa, vale ressaltar, é feita com base em um público notadamente distinto do brasileiro: o sueco. Conforme pontua Robert Entmann: “A resposta dos receptores é claramente afetada se eles percebem e processam informações sobre uma interpretação [dos fatos] e possuem pouca ou nenhuma informação sobre [narrativas] alternativas” (1993, p. 4, *tradução do autor*<sup>61</sup>). Com uma cultura de leitura bem inferior à dos suecos e uma cultura jornalística menos voltada ao exterior, especialmente países menos centrais como a Rússia, podem tornar o brasileiro mais vulnerável a influência de atores como a Sputnik/RT.

Mais pesquisa sobre os impactos dessa atuação se fazem necessárias no país, como uma forma de preparar tanto os tomadores de decisão quanto os atores da mídia para lidar com essas informações. Enquanto o silenciamento dos canais russos não é uma opção compatível com o livro de práticas da diplomacia brasileira, além de ter eficiência limitada dado o aspecto aberto da rede, o conhecimento sobre suas práticas e o desenvolvimento de estratégias de combate à

---

<sup>59</sup> Disponível em: <https://www.similarweb.com/pt/website/sputniknews.com/#traffic>. Acesso em: 01 abril 2022.

<sup>60</sup> “Even though RT/Sputnik users do trust Swedish media outlets more than they trust RT and Sputnik, they nevertheless display lower trust than non-users in Swedish politicians, societal institutions, media outlets, news, and journalism. This confirms previous research demonstrating that consumption of nonmainstream media is negatively associated with trust in the media in general”.

<sup>61</sup> “Receivers’ responses are clearly affected if they perceive and process information about one interpretation and possess little or incommensurable data about alternatives”.

MII são uma ferramenta efetiva para o combate à desinformação patrocinada por atores estrangeiros.

## REFERÊNCIAS

- DE ROCCHI, Denise. O uso da Comunicação como ferramenta de política externa da Federação Russa: Análise de Discurso do Sputnik News. In: Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação, XIII, 2017, Porto Alegre. **Anais**. [...] Porto Alegre: Uniritter, 2017. Disponível em: [https://www.uniritter.edu.br/files/sepesq/arquivos\\_trabalhos\\_20172/4925/2140/2604.pdf](https://www.uniritter.edu.br/files/sepesq/arquivos_trabalhos_20172/4925/2140/2604.pdf). Acesso em: 01 abr. 2022.
- ENTMAN, R. M. **Framing**: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*. vol. 43, p. 51-58, 1993.
- GROLL, Elias. Kremlin's 'Sputnik' Newswire Is the BuzzFeed of Propaganda. **Foreign Policy**, 2014. Disponível em: <https://foreignpolicy.com/2014/11/10/kremlins-sputnik-newswire-is-the-buzzfeed-of-propaganda/>. Acesso em: 01 abr. 2022.
- MEARSHEIMER, J. J. Why Ukraine Crisis Is the West's Fault. **Foreign Affairs**, 2014, v. 93, n. 5. Disponível em: <https://www.mearsheimer.com/wp-content/uploads/2019/06/Why-the-Ukraine-Crisis-Is.pdf>. Acesso em: 01 abril 2022.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do Discurso**: princípios e procedimentos. 7. Ed. São Paulo: Pontes, 2007.
- PECHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. São Paulo: Editora da Unicamp, 1988.
- PRADO, V. A. G. S. O Percurso de uma entrevista no Jornal: alguns procedimentos lingüístico-discursivos na passagem do oral para o escrito e suas conseqüências para a interpretação da nunciação. **Linha d'Água**, n. 21, p. 47-76, 2008.
- RAMIRES, L.M.M.P. **Nas ondas do rádio, o movimento dos sentidos**: o discurso da CBN. 2007. 116f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2007.
- WAGNSSON, Charlotte. The paperboys of Russian messaging: RT/Sputnik audiences as vehicles for malign information influence. **Information, Communication & Society**, vol. 25, n. 3, p. 1-19, fev. 2022.
- WAGNSSON, Charlotte. **What is at stake in the information sphere?** Anxieties about malign information influence among ordinary Swedes. *European Security*, vol. 29, n. 4, p. 397-415, maio, 2020.
- WIIRA, N. O. Notas sobre as relações entre Brasil e Rússia na era Putin e perspectivas para o governo de Jair Bolsonaro. In: FÓRUM DE ANÁLISE DE CONJUNTURA, 19., 2019, São Paulo. **Anais**. [...]. São Paulo: Unesp, 2019. Disponível em: <http://www.inscricoes.fmb.unesp.br/upload/trabalhos/20191219164114.pdf>. Acesso em 01 abril 2022.

## **ENTREVISTA**

---

**Ciências da comunicação contra a desinformação:  
a favor do jornalismo e da democracia<sup>62</sup>**

**Communication sciences against disinformation:  
in favor of journalism and democracy**

Juliana Paula Fernandes ALVES<sup>63</sup>  
Geovanna Teixeira NASCIMENTO<sup>64</sup>  
Fabiana Cardoso de SIQUEIRA<sup>65</sup>  
Norma Maria Meireles Macedo MAFALDO<sup>66</sup>

Nos últimos anos, a forma como produzimos e consumimos notícias mudou. Com o advento das plataformas sociais digitais, a informação é transmitida tão velozmente quanto um vírus. E neste ambiente, por muitas razões, a desinformação tem um alcance superior ao da imprensa, se configurando como uma ameaça ao jornalismo e, principalmente, à democracia.

Consciente dos efeitos desastrosos da superindústria da desinformação, o jornalista e professor Eugênio Bucci afirma, no entanto, que não estamos diante de um dilema sem solução. Para ele, no contexto em que vivemos, uma intervenção eficaz contra a desinformação passa pela regulação do mercado das redes digitais. Nesta entrevista, Bucci reflete sobre as ciências da comunicação contra a desinformação, a favor do jornalismo e da democracia.

Eugênio Bucci é professor titular na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Ele desenvolve pesquisas nas áreas de informação e cultura democrática, ética e imprensa, comunicação pública e superindústria do imaginário. Entre outros reconhecimentos, recebeu o prêmio Excelência Jornalística da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP), em 2011, o Prêmio Esso de Melhor Contribuição à Imprensa (2013) pela Revista de Jornalismo ESPM e foi homenageado na edição de 2017 do Prêmio Especialistas - Negócios da Comunicação.

---

<sup>62</sup> Entrevista realizada no dia 1 de julho de 2022 por videoconferência.

<sup>63</sup> Estudante do 8º período da graduação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB); e-mail: [jupaula.alves@gmail.com](mailto:jupaula.alves@gmail.com)

<sup>64</sup> Orientadora do trabalho. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB); e-mail: [geovanna.gil@gmail.com](mailto:geovanna.gil@gmail.com)

<sup>65</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB); e-mail: [fabiana.siqueira@academico.ufpb.br](mailto:fabiana.siqueira@academico.ufpb.br)

<sup>66</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Radialismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB); e-mail: [norma.meireles@academico.ufpb.br](mailto:norma.meireles@academico.ufpb.br)

---

Escreveu, entre outros livros, *O Estado de Narciso* (2015) e *A forma bruta dos protestos* (2016), ambos pela Companhia das Letras, *Existe democracia sem verdade factual?* (2019), pela Editora Estação das Letras e Cores e *A Superindústria do Imaginário* (2021), pela Editora Autêntica.

### **Professor, para início de conversa, o que é desinformação?**

É um capítulo muito vasto e, normalmente, na minha modesta maneira de ver, muito propenso a confusões. Nós temos chamado de desinformação o efeito e o produto de uma indústria poderosa, que tem atuado mediante uma complexa divisão de trabalho, com investimentos e muito anonimato para minar as instituições democráticas e corroer a confiança. Isso com base na confusão das pessoas nas instituições que observam a verdade factual, o conhecimento, o saber e a ciência de uma maneira geral. A desinformação não é, propriamente, o simples estado daqueles que não se informaram. Genericamente, o termo pode contemplar esse sentido. Mas nós temos chamado de desinformação os efeitos instaurados por essa indústria. Eu diria também por uma superindústria, que vem destruindo os fundamentos daquilo que nós chamamos de informação. Essa indústria tem um projeto, tem uma finalidade: o desmantelamento do Estado Democrático de Direito e da observância dos direitos das pessoas, que no regime de liberdade só podem ser direitos que se expandem e não que se contraem.

As confusões que esse termo dá abrigo podem ser nominadas por mim. Por exemplo: *fake news* tem sido um termo empregado para designar qualquer tipo de mentira, e não é. *Fake news* tem é uma forma histórica de uma mentira nos meios de comunicação. As mentiras são tão antigas quanto à linguagem e, especialmente na nossa matéria, tão antigas quanto a ação política.

As *fake news*, no entanto, são uma forma social da mentira, que só se tornou possível após a existência do que chamamos de “news”, segundo os formatos da instituição da imprensa, e após o advento das redes sociais, das plataformas das comunicações digitais. Trata-se de uma falsificação de forma e de uma fraude de conteúdo. Mas, a própria noção de *fake news* é imprecisa. Por isso, nós temos preferido o termo desinformação. A desinformação, portanto, é um produto de uma superindústria vocacionada para a destruição do Estado de Direito e da ordem democrática.

---

**Em 2020, o senhor publicou um artigo no Estadão sobre desinformação<sup>67</sup> e disse que o alcance dessa indústria é incomparavelmente superior ao da imprensa. Considerando essa sua afirmação, qual o propósito dessa grande indústria articulada?**

Isso nos leva a considerar uma teia, um tanto labiríntica, de conexões entre a dinâmica própria das mídias digitais e o propósito de organizações de extrema direita, de cunho antidemocrático. Há, por assim dizer, uma simbiose. E essa relação nós precisamos compreender melhor. Porque mentiras são usadas pelas organizações políticas desde sempre. Hoje, existe uso da mentira em partidos de esquerda e partidos de direita. Não há um campo do espectro ideológico que tenha monopólio sobre a mentira. Nesse sentido, a mentira é bastante democrática. Mas a mentira funciona mais com as organizações de extrema direita e com os públicos mais afeitos a esse tipo de discurso antidemocrático, autocrático ou populista de direita.

O lastro na verdade factual é mais forte em organizações mais à esquerda ou ao centro, que tendem a discutir os fatos. E é mais fraco na extrema direita, onde só se comenta e se celebra o que podemos chamar de fanatismo. Vimos isso no caso brasileiro em temas relacionados às vacinas, ao uso de máscara, à prescrição de substâncias comprovadamente ineficazes contra a covid-19. Esta pode ser uma explicação para essa aderência maior entre as organizações de direita, de extrema-direita antidemocrática e os mecanismos de comunicação das plataformas sociais e da internet. Esta é a metade da equação.

A outra metade tem a ver com uma comunicação baseada em emoções, impulsos, identificações. Freud fala de relações libidinais nessas identificações. E essa comunicação ganhou força com as plataformas sociais e as tecnologias digitais em geral. Não é uma grande novidade, porque isso já aparecia nos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão. O que preside a definição da programação e as preferências do público são, eu diria, adesivos de identificação. Não são operações que mobilizam o pensamento, mas certas emoções. O desejo é o vetor principal da condução das massas e dos meios de comunicação, e não a razão.

---

<sup>67</sup> ESTADÃO. *O que é desinformação?*. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/espaco-aberto,o-que-e-desinformacao,70003323912>. Acesso em: 28 jun. 2022.

---

Ora, essa natureza ditada pelo desejo conversa muito de perto com a convocação das organizações de extrema-direita antidemocrática para as massas. É uma convocação que também chama pelo desejo. Por que essas organizações vendem uma certeza? Porque essa certeza sacia uma aflição de vivermos num tempo em que tudo é incerto. A extrema-direita não convive com a dúvida, e por isso ela tende a ser impositiva. O canal perfeito para esse tipo de discurso é o canal que as plataformas construíram. É por essa razão que as plataformas sociais são tão propícias às pregações da extrema-direita antidemocrática. Há uma identidade profunda entre o universo comunicacional das plataformas e o modo pelo qual a extrema-direita antidemocrática convoca as massas. É como se uma coisa tivesse nascido para a outra.

**Observando o atual e complexo cenário das grandes mídias digitais no contexto da desinformação, é possível apontar onde nós, enquanto sociedade, falhamos? E nessa perspectiva, o que é reversível?**

Onde a gente falhou... essa é uma grande pergunta. Eu penso que existe um campo de ação para o Estado Democrático de Direito, e é o da regulação. Nós, eu digo cidadãos da democracia do mundo, talvez tenhamos subestimado o potencial destrutivo desse fenômeno com o qual estamos lidando agora. Eu acredito que falhamos em retardar uma regulação dos mercados alcançados pelos conglomerados monopolistas globais. Nós podemos agir estruturando uma forma de intervenção democrática para regular esses mercados.

Deixe-me explicar: a radiodifusão em emissoras ou redes é regulamentada e regulada nos Estados Unidos, na Europa, no Canadá, Japão e em vários países desde meados do século passado. Isso não é um tabu. Ao contrário, isso é parte do alicerce do Estado Democrático de Direito. Muita gente pensa que a bandeira da regulamentação das comunicações é uma bandeira de esquerda, mas não. Ela é uma necessidade estrutural da democracia. No Brasil, nós temos algumas distorções porque nós estamos muito atrasados nessa matéria. Portanto, falhamos em retardar a regulamentação e a regulação. Como podemos melhorar? Regulando esses mercados.

**Em um artigo publicado na revista Problemas Brasileiros, em 2018, o senhor comentou sobre “Desinformação e redes sociais” (BUCCI, 2018). Nele, afirmou que “quando estamos numa democracia, todo esforço de combate às fake news deve começar pelos fortalecimentos da liberdade de expressão e do direito à informação”. Por quê?**

---

Muito obrigado por recuperar essa passagem, oportuna para nossa conversa. Muitas vezes, algumas vozes sugerem que haveria uma associação entre regulamentação, regulação e censura. Eu separo as palavras regulamentação e regulação por uma razão didática. A regulamentação tem a ver com o estabelecimento de normas para um determinado setor. Já a regulação tem a ver com o estabelecimento de agências que fiscalizam a observância das normas e podem promover ajustes, sempre de acordo com a lei e em circunstâncias específicas. As duas coisas são importantes para nós.

Quando se fala de regulação e regulamentação dos meios de comunicação no Brasil, algumas pessoas acham que é para fazer censura. Essa é uma discussão complicada, porque em vários países, como nas Filipinas, a pretexto de combater *fake news* adotou-se uma legislação com poderes específicos que resultou em censura. Não contra os produtores de *fake news*, mas contra a imprensa. Isso aconteceu e há riscos de acontecer, sem dúvida. Mas o núcleo desse projeto, que é um projeto democrático cumprido em tantos países, é o contrário. Uma regulamentação democrática monitorada por agências reguladoras, igualmente democráticas, não aumenta a censura. Mas prestigia a diversidade de vozes, a livre concorrência entre as empresas, impedindo o monopólio ou o oligopólio, e isso favorece o ambiente de muito mais liberdade. Até porque regulamentação e regulação não incidem prioritariamente sobre o conteúdo. Nós podemos e devemos pensar nessas normas a partir da defesa da liberdade de expressão e de imprensa e da defesa do direito à informação. Se não há diversidade de vozes, algumas fontes de informação não são acessíveis para o público. Nesse sentido é que eu falo de uma democracia, sobretudo da comunicação, apoiada sobre liberdade de expressão e liberdade de imprensa de um lado e direito à informação do outro lado.

Eu gostaria de fazer um adendo a isso. Muita gente pensa que as plataformas sociais aumentaram a liberdade, porque agora, dizem que “todo mundo pode falar e que todo mundo pode falar alguma coisa que, de repente, alcança toda a humanidade”. Isso é verdade, mas não é a descrição completa das plataformas sociais. E o que há de mais tem a ver com aquilo que eu disse, que é a lógica do desejo presidindo o fluxo dessas informações. E nós precisamos olhar todos os lados para entender que internet não é democratização da comunicação, nem da informação. A tecnologia é boa, mas as relações de propriedade que amarram essa tecnologia terão que ser revistas, ou a democracia correrá ainda maiores riscos.

---

## **Qual a responsabilidade do profissional de comunicação, do jornalista, na luta contra a desinformação?**

A responsabilidade dos jornalistas é total. Podemos dizer que o jornalismo é um esforço histórico, social, institucional de combater a mentira, credice, superstição e o doutrinário. O jornalismo é gêmeo da democracia. A ideia da imprensa é uma ideia gêmea da democracia, porque ela procura uma interlocução baseada na razão. O jornalismo desde que existe é uma espécie de articulação da sociedade civil para combater a prevalência da mentira. Isso é original, faz parte do código genético da imprensa. Mas nesses tempos que correm, em que há uma expansão da pregação da mentira, o papel do jornalismo é voltar um olhar crítico para isso, buscando os fatos e buscando formas de conversar mais de perto com as pessoas. Eu diria que o jornalismo tem um dever que é de ser mais lido, mais visto e mais adotado como referência nos debates públicos. Nós vivemos um paradoxo: nunca as matérias jornalísticas e os textos jornalísticos de opinião foram tão vistos, lidos, ouvidos, distribuídos e compartilhados, e a sustentação dos negócios da imprensa enfrenta problemas – não apenas os privados. Estruturalmente, o ambiente não é propício para o crescimento do jornalismo, nós teremos que inverter isso.

No Brasil, o jornalismo tem que fazer uma cobertura objetiva, não opinativa, mostrando as forças que se valem das disputas democráticas para, vencendo eleições, trabalharem pela destruição da democracia. Isso precisa ser apontado. Porque no embate entre a democracia e a antidemocracia o jornalismo tem um lado. Não existe equidistância jornalística entre fascismo e a democracia. O jornalismo está do lado da democracia.

## **Atualmente, grande parte dos profissionais que se dedicam ao combate da desinformação pertence a grupos ou empresas privadas de checagem. Como o senhor avalia que seja o jornalista das futuras gerações?**

É muito difícil para um professor responder a essa pergunta. Eu considero que nós, professores, temos um posto avançado de observação porque estamos em contato com as novas gerações, e aprendemos muito. Por aí, podemos ter mais elementos para antecipar como as próximas gerações tendem a se portar em dilemas éticos do futuro, com que compromisso social e político essas gerações estão entrando na profissão. Mas, mesmo assim, é muito difícil

antecipar alguma coisa que não seja baseada naquilo que a gente gostaria que fosse, ou gostaria que acontecesse. Eu vejo muita sabedoria nas turmas que estão chegando, uma relação mais rápida, uma capacidade mais veloz de apreender o sentido do tempo. É verdade que essa geração não mergulha em um livro ao longo de muitos dias, mas ao mesmo tempo ela tem uma potência de visão panorâmica que é muito mais desenvolvida do que a minha geração tinha.

Para antecipar alguma coisa, eu penso que nós temos um marco para guardar: a vigência dos Direitos Humanos. E esses direitos incluem a liberdade, que é o começo e o fim da Declaração Universal dos Direitos Humanos<sup>68</sup>. Neste documento, *liberdade* é o primeiro adjetivo no artigo 1º: todas as pessoas nascem *livres* e iguais em dignidade e direitos. E também aparece no final do artigo 30, como o substantivo *liberdades*. Liberdade é o começo e o fim. É de onde parte e é aonde chega o exercício dos Direitos Humanos. A Declaração Universal dos Direitos Humanos é o principal documento ético do nosso tempo, de valor incomensurável. A pauta deve sempre observar os Direitos Humanos. Eu penso que, se nós tivermos esse compromisso, poderemos ter jornalistas e comunicadores atuando para formar um futuro um pouco melhor. Além disso, existe a necessidade de formação para habilidades com a tecnologia. Esses saberes terão que ser desenvolvidos nas novas gerações, com elas e grande parte por nós, professores.

### **De que maneira a academia pode contribuir na formação de um jornalista mais combatente à desinformação?**

O ensino do jornalismo pode ser muito mais atuante e ter experiências laboratoriais dos cursos de graduação. Por exemplo: podemos ter o incremento de disciplinas para as quais nós não costumamos prestar atenção, como fundamentos do direito, da economia, estudo das religiões, do fanatismo, entre outros.

Eu gosto muito da ideia de ter formação de jornalistas em nível de pós-graduação. Nós teríamos que trabalhar em relação a isso para que pudéssemos formar jornalistas profissionais que tenham graduação em outras disciplinas. Isso poderia ampliar o nosso repertório e poderíamos contribuir ainda mais com a sociedade.

---

<sup>68</sup> Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948). Disponível em: [https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/por.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/por.pdf). Acesso em: 5 jul. 2022.

---

## **Professor, como aliar universidade e sociedade no combate à desinformação?**

Existem muitas maneiras. Eu penso muito em universidade pública. O caráter público da universidade é para mim um caráter inarredável da definição de universidade. Numa universidade defendemos teses de portas abertas. Uma universidade só existe se dialoga com a sociedade. Existe sempre uma dimensão pública no conhecimento produzido nesses espaços, mesmo quando eles são privados. A realização do educador e do pesquisador acontece quando aquilo que ele ensina ou pesquisa resulta em benefícios para a humanidade. É para isso que a gente trabalha; e essa é a maior gratificação que nós fazemos. Logo, não faz sentido uma universidade ser isolada, como uma biblioteca medieval em um mosteiro. Não há sentido em uma universidade que não tenha essa vocação pública, humanista.

Como é que nós traduzimos tudo isso para o combate à desinformação? Isso pode se materializar em acordos, como o que estamos desenhando atualmente entre a Justiça Eleitoral, o Tribunal Superior Eleitoral e várias universidades para desenvolvermos vacinas contra a desinformação. Isso é uma possibilidade. A educação no sentido amplo, no sentido da extensão, também pode funcionar muito para que as pessoas se defendam da desinformação. Cresce no Brasil uma série de iniciativas para educar os educadores para que eles consigam dar uma educação midiática, para os meios desde os primeiros anos de escola. Nós precisamos capacitar crianças, adolescentes, jovens a conviverem no mundo em que os bens de comunicação têm sido usados como se fossem trincheiras de uma guerra cultural, em que um dos lados quer acabar com a democracia. A universidade pode e deve fazer tudo isso, está fazendo, mas essa batalha é longa. E um dos capítulos mais bonitos, sem a menor dúvida, é a Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Adotar o tema “Ciências da Comunicação contra a Desinformação” como o mote do seu congresso<sup>69</sup> não é por acaso. Isso é compromisso com a democracia, com a humanidade; e é exatamente assim que funciona. Eu me sinto muito feliz de ser parte desse esforço aqui e agora.

## **REFERÊNCIAS**

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA

---

<sup>69</sup> “Ciências da Comunicação contra a Desinformação” é o tema do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, de 2022.

---

INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. **Anais**. [...]. Londrina: ENANCIB, 2018. Disponível em: [http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX\\_ENANCIB/xixenancib/paper/view/1219/1636](http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/XIX_ENANCIB/xixenancib/paper/view/1219/1636). Acesso em: 28 jun. 2022.

BUCCI, E. Democracia e seus inimigos. **Conecte-se!** Revista Interdisciplinar de Extensão, v. 5, n. 10, p. 16-32, 2021. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/conecte-se/article/view/27718>. Acesso em: 01 jun. 2022.

BUCCI, E. Desinformação e redes sociais, por Eugênio Bucci. **Um Brasil**, 05 nov. 2018. Disponível em: <http://umbrasil.com/noticias/desinformacao-e-redes-sociais-por-eugenio-bucci>. Acesso em 01 jun. 2022.

BUCCI, E. O que é desinformação? **Estadão**, 04 jun. 2020. Disponível em: <https://opinioao.estadao.com.br/noticias/espaco-aberto,o-que-e-desinformacao,70003323912>. Acesso em: 28 jun. 2022.

INTERVOZES. Desinformação: ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news. Disponível em: **Intervozes**, Coletivo Brasil de Comunicação Social, jul. 2019. Disponível em: <https://intervozes.org.br/publicacoes/desinformacao-ameaca-ao-direito-a-comunicacao-muito-alem-das-fake-news/>. Acesso em: 25 jun. 2022

MEDINA, C. de A. **Entrevista, o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 1990.

## **ARTIGOS DE TEMÁTICA GERAL**

---

**Ver e aprender o cinema na escola:  
reflexões e conjecturas sobre a Lei Nº13.006/2014**

**See and learn cinema at school:  
reflections and conjectures about Law No. 13.006/2014**

Gabriel PINHEIRO<sup>70</sup>

**RESUMO**

O artigo visa a descrever trajetória, da Lei Nº13.006/2014, que prevê nas diretrizes e bases da educação nacional que a exibição de filmes de produção nacional constituirá componente curricular complementar integrado à proposta pedagógica da escola, sendo a sua exibição obrigatória por, no mínimo, 2 (duas) horas mensais. Conseguir dados mais concretos sobre o processo de criação da lei pelo então Senador pelo Distrito Federal, Cristovam Buarque; Expor as principais intenções e resultados esperados da implementação da lei; Discutir superficialmente os desafios previstos no processo de elaboração da lei e conjecturas para uma possível implementação da linguagem audiovisual como componente curricular nas escolas brasileiras.

**PALAVRAS-CHAVE**

Cinema; linguagem audiovisual; educação; mídia; escola.

**ABSTRACT**

The article aims to describe the trajectory of Law Nº 13.006/2014, which provides in the guidelines and bases of national education that the exhibition of films of national production will constitute a complementary curricular component integrated to the pedagogical proposal of the school, being its exhibition mandatory by, at least 2 (two) hours per month. Obtain more concrete data on the process of creating the law by the then Senator for the Federal District, Cristovam Buarque; Expose the main intentions and expected results of the implementation of the law; To superficially discuss the challenges foreseen in the process of elaboration of the law and conjectures for an implementation of audiovisual language as a curricular component in Brazilian schools.

**KEY WORDS**

Movie theater; audiovisual language; education; media; school

---

<sup>70</sup> Recém-graduado em Comunicação Social - Jornalismo pelo Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB); mestrando em Imagem e Som pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar); e-mail: [gabrielpinheirobsb@gmail.com](mailto:gabrielpinheirobsb@gmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

Em 26 de Junho de 2014, o Congresso Nacional decretou – e a então Presidenta da República, Dilma Rousseff, sancionou – a Lei n. 13.006. Ela faz parte da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional (LDB). O Projeto de Lei foi de autoria do então senador Cristovam Buarque na forma do PL 185/08.

Lei nº 13.006, de 26 de junho de 2014, A PRESIDENTA DA REPÚBLICA, Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei: Art. 1º O art. 26 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, passa a vigorar acrescido do seguinte § 8º: A exibição de filmes de produção nacional constituirá componente curricular complementar integrado à proposta pedagógica da escola, sendo a sua exibição obrigatória por, no mínimo, 2 (duas) horas mensais. Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. (BRASIL, 2014).

Com esta lei, proposta pelo Senador Cristovam Buarque, houve um princípio de uma relação cinema-escola que até então ficava somente na superfície. Os filmes eram até então usados como meios para a elucidação de outros temas e conteúdos. Por conta do avanço da tecnologia, cada vez mais o cinema e o audiovisual estão presentes no dia a dia dos seres humanos, especialmente no daqueles que ainda estão em formação escolar e pessoal. As telas estão por todo lugar, as propagandas, os vídeos e os streamings também.

Discutir uma relação mais profunda entre o cinema e a escola, então, se faz necessário partindo do pressuposto que através da inserção de um em outro pode gerar um processo de reconhecimento da produção audiovisual nacional, despertar o interesse para esse tipo de mídia, tornar possível que os alunos explorem o recurso audiovisual através do reconhecimento e aprendizado da linguagem e conseqüentemente o estímulo de um maior pensamento crítico do cidadão que finaliza o processo escolar da educação básica no Brasil.

Essas conjecturas e reflexões podem ser embasadas em experimentações como as de Alain Bergala, no início dos anos 2000, na França, que implementou um projeto em que crianças aprendem sobre o cinema nas escolas, e também em escolas dentro do Brasil, como a Escola La Salle Águas Claras, que estimula o fazer audiovisual através da produção de curtas.

---

A Lei nº 13.006, de 26 de junho de 2014 foi um primeiro passo dado em direção a essa interação, porém a sua plena aplicação não foi ainda atingida. Ela encontrou problemas para ser implementada por diversos fatores. E é necessária uma discussão com os que criaram e elaboraram a lei para saber se essas dificuldades foram previstas. Porque para além do ver cinema na escola, este artigo trata de aprender o cinema na escola, através de uma inserção da linguagem audiovisual como tema a ser abordado dentro do currículo escolar.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

O artigo visa descrever a trajetória da Lei Nº13.006/2014, que prevê nas diretrizes e bases da educação nacional que a exibição de filmes de produção nacional constituirá componente curricular complementar integrado à proposta pedagógica da escola, sendo a sua exibição obrigatória por, no mínimo, duas horas mensais. Para isso, um dos métodos escolhidos para tal tarefa foi o da pesquisa bibliográfica, que, num sentido amplo, é o planejamento global inicial de qualquer trabalho de pesquisa, e vai desde a identificação, localização e obtenção da bibliografia pertinente sobre o assunto, até a sistematização (DUARTE, 2006, p 52).

Este artigo contou com a seleção de diversos textos acadêmicos, dentre eles, artigos científicos, dissertações de mestrado, obras literárias, teses de doutorado e outras publicações que se mostraram pertinentes na construção dos argumentos apresentados para o pleno atingimento dos objetivos gerais e específicos deste presente artigo que dentre eles são. Descrever o percurso histórico da lei 13.006 de 26 de junho de 2014, da sua idealização até a sua sanção pela então presidenta da República, Dilma Rousseff.

Neste caso, as obras foram buscadas através de acervos virtuais de universidades públicas e particulares, repositórios digitais de trabalhos acadêmicos, mecanismos de busca na internet além do acesso físico a algumas obras. Todo o conteúdo passou por uma seleção e pelo processo acadêmico de reflexão para a melhor construção possível do embasamento teórico que suportaria as ideias aqui apresentadas.

A segunda metodologia escolhida para a produção deste artigo foi a de entrevista em profundidade. A entrevista em profundidade é uma técnica dinâmica e flexível, útil para a apreensão de uma realidade tanto para tratar de questões relacionadas ao íntimo do entrevistado,

---

como para descrição de processos complexos nos quais esteve envolvido. É uma conversa realizada a partir de um quadro conceitual previamente caracterizado (DUARTE, ano, p. 63).

No caso em específico, a entrevista em profundidade escolhida é a de modalidade semiaberta, cuja origem em uma matriz, um roteiro de questões guia, que dá a cobertura ao interesse de pesquisa. Ela parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. A lista de questões desse modelo tem origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta da forma mais aberta possível. Ela conjuga a flexibilidade da questão não estruturada com um roteiro de controle.

## **REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Conforme apresentado em “Da obrigatoriedade do cinema na escola, notas para uma reflexão sobre a Lei 13.006/14”, de Adriana Fresquet e Cezar Migliorin (2014), durante a tramitação da lei, o senador Cristovam Buarque a justificou com base na necessidade de apoiar a indústria cinematográfica nacional. O parlamentar explicou que a única forma de dar liberdade à indústria cinematográfica seria criar uma massa de “cinéfilos que possam invadir” os cinemas brasileiros, dando uma economia de escala. Para o senador, em entrevista citada por Fresquet e Migliorin (2014, p.4), a ausência de arte na escola, além de reduzir a formação dos alunos, impede que eles, na vida adulta, sejam usuários dos bens e serviços culturais e tira deles um dos objetivos da educação, que é o deslumbramento com as coisas belas.

O cinema é a arte que mais facilidade (sic) apresenta para ser levada aos alunos nas escolas. O Brasil precisa de uma sala de cinema como meio para atender o gosto dos brasileiros pela arte e ao mesmo tempo precisa usar o cinema na escola como instrumento de formação deste gosto. [...] Os jovens que não têm acesso a obras cinematográficas ficam privados de um dos objetivos fundamentais da educação: o desenvolvimento do senso crítico. (BUARQUE, 2014).

Ainda de acordo com a fala do Senador, a escola é uma coisa hoje “muito chata”. Para ele, é preciso levar “alegria e diversão” e isso é, na opinião dele, a cultura que leva.

A cultura é simples. Ensino à maneira tradicional, sem cultura, fica chato e as crianças não aguentam mais. A criança de hoje está muito mais para o audiovisual do que para ao vivo. Ela gosta da tela. Ela cresceu, nasceu vendo as coisas na tela. Então, a tela é atraente. Então vamos colocar cinema. Essa é a primeira coisa, trazer um pouco mais de alegria, de sintonia da escola com as crianças. [...] Cultura é fundamental. Sem cultura a educação fica limitada. Ela não dá o sentimento, não dá a visão humanista. Por mais que você coloque filosofia, o humanismo só chega através da música, através do teatro, através do cinema. (BUARQUE, 2014).

Alguns pontos importantes da fala do senador apontam que a introdução do cinema brasileiro nas salas de aula tem a intenção de promover, a longo prazo, uma melhor relação do brasileiro como indivíduo com a produção cinematográfica brasileira. Em uma visão para além desta, muitos pesquisadores, como a própria Fresquet (2017), defendem que a introdução dessa atividade pedagógica do cinema na escola tem um caráter de formação de pensamento crítico e de exploração lúdica do cinema como uma ferramenta de criação e de reflexão sobre o mundo que cerca o ser humano. Ela questiona se essa interlocução cinema-escola não seria a possibilidade de garantir um tempo e um espaço para cuidar dos sonhos das crianças. Alimentá-los, transformá-los. Levá-los a sério.

Abrir, na escola, alguma porta para o irracional, para dar asas à imaginação sem tentar procurar saber o porquê das coisas, parece-me algo necessário. É fato que podemos escrever, pintar, dramatizar ou até dançar nossos sonhos, mas entendo que o cinema tem uma linguagem que incorpora o onírico, que permite multiplicar as possibilidades de contá-los, alterá-los até, quase, atingir sua realização. O "quase" garante que continuem a ser sonhos, pela força direcional que eles têm sobre nossas ações acordadas. Necessário também me parece espelhar, através do processo que pressupõe a elaboração de um pequeno filme, ou de um exercício, a riqueza imaginativa oculta na vida aparentemente convencional dos estudantes e professores. (FRESQUET, 2017, p. 91).

O cinema, ou audiovisual, no presente artigo é tratado como uma mídia, um meio pelo qual os seres humanos estabelecem contato um com o outro. O produto audiovisual é aquele que utiliza da imagem e do som como um veículo para a transmissão de uma mensagem. Uma relação entre um transmissor e um receptor da mensagem por um canal. Não é ignorado aqui, o caráter artístico do cinema e do audiovisual, visto que por mais de 100 anos o meio é

amplamente utilizado como um suporte de expressão cultural e artística. Tal afirmação é importante pois muitos autores referenciados se mostram inclinados em tratar o meio comunicacional como um “cinema” ou “audiovisual”, assim como sua natureza varia, sendo referenciado como “mídia”, “meio de comunicação”, e por alguns, uma forma de “arte”.

As artes não estão em pé de igualdade no currículo escolar. Comumente os conteúdos programados para a disciplina de artes nas escolas de educação básica compreendem as artes visuais na figura das esculturas, pinturas e em alguns momentos a fotografia, além das artes cênicas e a música. Nesse contexto, o cinema e, neste caso, o audiovisual, como uma arte independente de todas as outras, fica sem espaço dentro das salas de aula, usado como mera plataforma de elucidação de conceitos a respeito de conteúdos de outras disciplinas.

Em 1923, o teórico italiano Ricciotto Canudo, maravilhado com a revolução tecnológica trazida pelo cinematógrafo de Auguste Marie e Louis Nicholas Lumière, publicou o seu famoso Manifesto das Sete Artes, onde afirmava a posição do cinema como uma arte independente de todas as outras. Para Canudo, o cinema representava o ápice da evolução humana e o casamento perfeito da arte com a ciência em um modelo rítmico de imagens.

Hoje, o “círculo móvel” da estética fecha-se finalmente triunfantemente com a fusão de todas as artes, conhecida como Cinematógrafo. [...] O cinema, esse fabuloso recém-nascido da Máquina e do Sentimento. [...] Sua adolescência logo chegará para capturar sua inteligência e multiplicar seus sonhos; pedimos para acelerar seu desenvolvimento, para precipitar o advento de sua juventude. Precisamos do Cinema para criar uma arte total para a qual todos os outros, por muito tempo, tenderam. [...] Nosso tempo sintetizou, com ímpeto divino, as múltiplas experiências do homem. Fizemos todos os totais da vida prática e da vida sentimental, nós casamos Ciência e Arte. Isso é Cinema. A Sétima Arte reconcilia assim todas as outras. (CANUDO, 1923 p. 162, tradução livre).

O cinema como imagem em movimento se diferencia, portanto, das outras formas de “arte” ou, neste caso, de comunicação. O cinema como arte, defendido por Canudo (1923), se apoia em uma mídia tecnológica que serve também como um meio comunicacional amplamente utilizado para outras finalidades como a propaganda ou o jornalismo. De acordo com o conceito de “prótese técnica” do teórico Marshall McLuhan (1964), os meios de comunicação são extensões dos sentidos dos homens. Ele explora os contornos e dimensões do prolongamento

---

que essas tecnologias trazem para a vida do ser humano. De forma que fazem parte inerente da experiência humana e moldam a forma de se comunicar.

## **O SABER E O CINEMA**

Assim, não se tratava de levar o cinema ou um determinado tipo de cinema para a escola, mas de dialogar com as experiências existentes, fortalecer suas possibilidades, especialmente no que diz respeito ao diálogo entre educadores e estudantes, e colaborar para que os sujeitos desse espaço educativo também produzissem seu próprio cinema. (CORROCHANO; PISTILLI, 2015, p. 158).

Em “Pedagogia do oprimido”, Paulo Freire (1987) enfatiza a necessidade de convivência entre os mais diferentes saberes, sem uma busca pela hierarquização entre eles. Freire e Guimarães em “Sobre Educação (diálogos)” (1982) expõem a necessidade de reconhecer a interlocução com a mídia como um processo que permite a produção, aprendizado e manutenção do senso comum, que é comumente naturalizado na infância e na adolescência. A democratização dos instrumentos e do acesso a essa interação, o debate de seus conteúdos, proposição de produções, são nesse sentido, provocações que permitem o diálogo necessário na relação entre o docente e discente através da mediação do conhecimento.

Do ponto de vista do desenvolvimento dos meios de comunicação [...] de um lado você tem toda uma cobertura nacional proporcionada pelos meios de comunicação de massa, pelas correntes eletrônicas que cobrem hoje o país de fio a pavio; e você tem, debaixo disso, um Brasil, uma escola brasileira, em sua grande maioria, funcionando com recursos artesanais, se tanto! (FREIRE, GUIMARÃES, 2003, p. 85).

Alain Bergala, ensaísta e crítico de cinema francês, foi convidado em 2000 pelo então Ministro da Cultura de François Mitterrand, Jack Lang, para integrar um grupo de conselheiros que iriam desenvolver um projeto de educação artística e de ação cultural na Educação Nacional. O plano, lançado com a senadora Catherine Tasca, chamado “Plano de cinco anos”, tinha a missão de introduzir a arte na escola de um modo até então inédito. Com essa experiência, Bergala então escreve “A hipótese-cinema” (2008), onde defende que as obras cinematográficas merecem um espaço na educação tão importante quanto os livros. Bergala

---

elaborou ações e materiais para introduzir a cultura cinematográfica nas regiões em que, segundo ele, "havia desaparecido" e desenvolvê-la onde as pessoas só tinham acesso a filmes comerciais ou nem isso, caso do interior do país.

Na pedagogia das artes, existem os grandes princípios gerais e generosos: reduzir as desigualdades, revelar nas crianças outras qualidades de intuição e de sensibilidade, desenvolver o espírito crítico, etc. Faz parte do papel de um ministro afirmá-los firme e incessantemente. Na base, no que diz respeito à experiência pedagógica concreta, há o discurso dos que estão ligados à prática e se chocam a cada dia com a realidade, encurralados entre as resistências da hierarquia e as dificuldades encontradas na sala de aula. (BERGALA, 2008, p. 26).

Em "A hipótese-cinema", Bergala (2008, p. 59) cita um conceito explorado pela figura do crítico Serge Daney em 1988, segundo o qual parte essencial da construção do "gosto" pelo cinema se constrói na fase da infância e da adolescência. De acordo com ele, esses filmes que vemos nessa época, serão carregados como uma espécie de "reserva indestrutível".

Todos os cinéfilos se recordam dos filmes que inscreveram em seus corpos o amor pelo cinema. Esses filmes não têm necessariamente uma relação direta com o cinema que viriam a apreciar mais tarde. Nada, em seguida, poderá substituir essa primeira emoção que marca todo verdadeiro encontro com o cinema. Nosso imaginário do cinema não se constitui de modo homogêneo e contínuo ao longo de nossa vida. Existe um lote de partida que caçará o essencial do mapa de nossas zonas de atração e de desinteresse. Daney estende a hipótese até pensar que há filmes vistos "tarde demais", perdidos relativamente ao impacto determinante que poderiam ter nos causado se os tivéssemos encontrado naqueles poucos anos de formação decisiva: O que não foi visto há tempo nunca mais realmente o será. (BERGALA, 2008, p. 60).

De acordo com Bergala (2008), quando essa lista das primeiras impressões se fecha, nenhum filme poderá ser incluído retroativamente, nem mesmo aqueles que deveriam ter um lugar nela. Dessa constatação, O autor deduz a importância de encontrar bons filmes no bom momento, aqueles que, segundo ele e Daney, deixarão marcas para a vida toda.

A entrevista em profundidade feita para complementar o embasamento científico deste artigo foi realizada com o senador Cristovam Buarque, que elaborou e criou a lei que é objeto deste artigo. A necessidade do exercício desta se volta ao objetivo de conseguir dados mais

---

concretos sobre o processo de criação da lei pelo então senador pelo Distrito Federal, Cristovam Buarque; expor as principais intenções e resultados esperados da implementação da lei; discutir superficialmente os desafios previstos no processo de elaboração da lei por parte do grupo formado para desenvolvê-la. E também com a professora Andreza Canhête da disciplina de Artes que coordena na Escola La Salle Águas Claras um projeto com o intuito de estimular a produção audiovisual para turmas do 9º ano do Ensino Fundamental. Através dela será possível ter maiores informações da visão dos professores da área sobre os benefícios de uma maior introdução da linguagem audiovisual das escolas da rede básica de ensino.

## **ANÁLISE DAS ENTREVISTAS**

A arte educadora Andreza da Silva Canhête Sudré<sup>71</sup> trabalha na Escola La Salle Águas Claras, em Brasília há 13 anos. Lá ela desenvolveu o projeto denominado “Curta o Curta”, que surgiu da necessidade de promover o contato dos estudantes com as possibilidades do meio audiovisual. O projeto consiste na criação por parte dos alunos de um curta-metragem, em todas as suas fases de produção, para que ao final seja celebrada uma cerimônia homônima às premiações e festivais internacionais de cinema, apelidada na escola de “Oscar”. Nessa premiação, uma comissão formada por professores ligados à área da cultura como literatura, teatro, linguagens e pessoas ligadas ao cinema, serve de júri. Cabe a eles julgar aspectos técnicos das produções baseadas em uma cartilha pré-estabelecida, atributos como montagem, atuação, direção, trilha sonora, melhor curta e melhor cartaz são votados por essas pessoas para ao final celebrar com prêmios as conquistas de cada produção.

O intuito do projeto é promover um cidadão crítico e reflexivo sobre as condições do mundo, pois todos os anos a temática abordada é inspirada no tema da Campanha da Fraternidade. As habilidades desenvolvidas no projeto, envolvem habilidades citadas na nova BNCC como; promover a exploração das tecnologias da informação e comunicação, compreendendo os seus princípios de funcionalidade, e utilizá-las de modo ético, criativo, responsável e adequado às práticas de linguagens em diferentes contextos. Criar produções

---

<sup>71</sup> Entrevista concedida ao autor deste trabalho em novembro, 2020.

---

artísticas coletivas, de forma colaborativa, utilizando a tecnologia como suporte. (CANHÊTE, 2020).

De acordo com a professora da disciplina de artes, os resultados são sempre positivos e os estudantes sempre relatam o grande aprendizado absorvido durante a execução do projeto. Porém ela acredita que o projeto melhoraria se houvessem mais horas para execução e um laboratório audiovisual para orientações sobre a edição dos filmes.

Os estudantes amam o projeto, devido às possibilidades de desenvolver um lado criativo até então não trabalhado na educação básica, segundo relato dos estudantes, desenvolver o projeto é muito trabalhoso, mas é gratificante ver o resultado e o conhecimento adquirido promove o desenvolvimento criativo de uma forma diferente. (CANHÊTE, 2020).

Sobre a descoberta da linguagem audiovisual através desse tipo de projeto, a Arte Educadora acredita que os resultados são “magníficos”. Segundo ela, todas as orientações são oferecidas aos estudantes, desde como utilizar os recursos cinematográficos; câmeras, microfones, iluminação, recursos cênicos, sonoplastia. E ao final, os próprios alunos acabam trazendo propostas inovadoras durante o processo de execução do projeto.

A maioria das escolas foca nas artes visuais, deixando de lado as outras linguagens artísticas, provavelmente pela questão relacionada à quantidade de hora aula da disciplina de arte que é de uma hora semanal. A possibilidade de ter contato com a parte técnica da montagem de um trabalho cinematográfico além de favorecer um maior conhecimento aos estudantes iria enriquecer o projeto. Todo projeto bem desenvolvido na fase escolar, marca a vida dos alunos é um caminho que não tem volta e o aprendizado é grandioso. (CANHÊTE, 2020).

A professora afirma que os trabalhos realizados pelos estudantes são de muita qualidade, e que, quanto mais conhecimentos repassados, melhores serão os resultados. Porém, para isso, seria necessário mais tempo, possibilitando, assim, uma maior inserção da linguagem audiovisual no dia a dia da escola. “Talvez se existisse um laboratório audiovisual o projeto se tornaria mais atrativo.”

Sobre a Lei nº 13.006, de 26 de junho de 2014, a professora da rede particular e pública acredita que os estudantes acabam perdendo a possibilidade de ter contato com produções

---

nacionais. “Sempre se valoriza filmes hollywoodianos. Sem o contato com produções nacionais acabamos não valorizando a nossa cultura que é riquíssima.”

Os benefícios (da lei) seriam a valorização da produção cinematográfica brasileira, infelizmente essa lei não é aplicada. Para ser sincera não tinha conhecimento dessa lei, trabalho na rede pública e privada, nunca vi ninguém da coordenação ou direção comentando sobre a obrigatoriedade. Infelizmente muitas escolas estão preocupadas com os resultados obtidos pelos estudantes. Penso que o conhecimento adquirido durante a fase escolar é eterno, irei começar a aplicar a lei em minhas aulas como forma de valorização da nossa cultura. Podemos relacionar os filmes com as competências e habilidades que precisam ser desenvolvidas durante a vida escolar dos educandos. (CANHÊTE, 2020).

Cristovam Buarque<sup>72</sup> é um engenheiro mecânico, economista, educador, professor universitário e político brasileiro filiado ao Partido Popular Socialista. Foi reitor da Universidade de Brasília de 1985 a 1989 (tendo sido o primeiro por eleição direta, após a ditadura militar) e governador do Distrito Federal de 1995 a 1998. Eleito senador pelo Distrito Federal em 2002. Ministro da Educação entre 2003 e 2004, no primeiro mandato do Presidente Lula. Reeleito nas eleições de 2010 para o Senado pelo Distrito Federal, com mandato até 2018. Ele foi o autor do PL 185/08 que se transformou na lei 13.006 de 26 de junho de 2014.

Em entrevista para o autor deste artigo, defende o que seria uma “aula cinematográfica”: uma aula em que o professor usaria de recursos audiovisuais para a melhor elucidação dos conceitos ministrados. “Na prática essa aula cinematográfica, em uma aula por exemplo sobre o Himalaia não será mais apenas um professor falando do Himalaia, será fazer aparecer o Himalaia, aparecendo sobrevoos do Himalaia, gente andando no Himalaia, a reconstrução da catástrofe geológica que formou o Himalaia, e aí que as crianças vão gostar.”

O Mundo precisa evoluir para uma aula cinematográfica, em que o professor seja o roteirista e que o seu roteiro seja transformado numa peça cinematográfica, nela o professor pode aparecer como ator ou não. Essa é uma coisa que eu defendo que vai acontecer, estamos no processo. (BUARQUE, 2020).

---

<sup>72</sup> Entrevista concedida ao autor deste trabalho em novembro de 2020.

---

Crítico, o senador contou que a lei não é posta em prática por falta de “querer”. Segundo ele, não seriam precisos muitos recursos para a exibição de filmes durante as aulas. Porém, ele sempre enfatiza que o ensino integral em escolas preparadas para receber o aluno deve ser sim um fato de investimento dos governos.

Hoje passar um filme não custa dinheiro, basta você ter uma televisão conectada na rede e aí você consegue, os filmes você consegue. Os filmes agora pelos streamings, que quando eu fiz a lei não tinha isso, não tinha Netflix, hoje tem Netflix e outros como Globoplay. Onde você pode conseguir esses filmes quase de graça, não precisa construir um cinema, não precisa ter uma tela grande, que seria o ideal, mas ter uma televisão na frente de algumas cadeiras que você já pode passar um filme. (BUARQUE, 2020).

Quando perguntado sobre o que o cinema e o audiovisual, de forma diferenciada, estimulam um senso crítico nos alunos, Buarque defendeu que o senso crítico como conhecemos vem da arte na forma da Literatura, do Teatro e do Cinema. Para ele, em uma extensão maior do conhecimento a Filosofia também cumpre este papel, porém isolada em um patamar mais alto do conhecimento. O cinema se destaca para ele, pois, o Brasil deixou o hábito de leitura cair em um quase desuso e o teatro exige muitos equipamentos e pessoas envolvidas, deixando à cargo do cinema e do audiovisual esse estímulo do senso crítico. Por exigir uma menor quantidade de equipamentos e da peça estar pronta para ser exibida.

Sobre o ensino da Linguagem Audiovisual dentro das escolas o Senador se mostrou extremamente favorável à ideia.

Todo menino quer pegar numa câmera e filmar, nem todo menino quer pegar um compasso para estudar geometria, mas todo menino quer pegar numa câmera para filmar. A gente tem que ensinar geometria, mas nós vamos fazer a escola ser agradável com a câmera. Eu sonho um dia que as crianças acordem os pais de manhã dizendo “pai está na hora de ir para escola” e quando o pai foi buscar a criança na escola, a criança diga “pai deixa eu ficar mais um pouquinho aqui”, esse é o meu sonho. Porém para que isso seja assim as crianças têm que ter coisas agradáveis na escola e uma dessas coisas é isso, ensinar cinema. Além disso, ao ensinar cinema essa criança adquire o senso de gostar do cinema, daí a fazer críticas não só ao cinema que assiste, mas ao mundo que o cinema mostra. Então ensinar cinema na escola eu acho a ideia fantástica. (BUARQUE, 2020).

---

Essas duas perspectivas apresentadas vieram de diferentes patamares de atuação, porém apontam para a mesma direção. A de que a efetiva implementação da lei 13.006 é essencial para a criação de uma base sólida na formação cultural na educação básica. Além disso, um projeto de inserção da linguagem básica audiovisual como componente curricular dentro das escolas, uma força ainda pouco explorada e com potências ainda desconhecidas, que aponta para uma evolução, não só da educação em si, trazendo cada vez mais tecnologia, oportunidades de emprego, estímulo do senso crítico e apreço pela cultura audiovisual no Brasil.

As falas, em conformidade com a pesquisa bibliográfica, apontam também para a virtualidade do cinema como um saber individual e necessário para a promoção de uma mudança de perspectiva dos alunos sobre a escola, assim como apontou Freire (1987) para os diferentes saberes e Buarque (2020) falou da preferência de alguns alunos a usar as câmeras ao invés do compasso. O apoio da escola às potencialidades dos alunos pode encontrar uma nova ferramenta na implementação plena da lei 13.006 e na criação de um projeto de inserção do tema cinema, como linguagem, arte e estrutura comunicacional no currículo escolar.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

É correto afirmar que a exploração máxima das potencialidades da relação cinema e escola é um campo extremamente aberto para diversas possibilidades. As entrevistas mostram que esse tema deve ser debatido em diversas instâncias da educação e também da produção audiovisual brasileira. É de interesse de todos os envolvidos no processo educacional e audiovisual que essa relação se torne cada vez mais estreita.

A Lei nº 13.006, de 26 de junho de 2014 foi sim com certeza um primeiro passo dado em direção à essa integração. Sua efetiva e plena implementação ainda é um desafio a ser cumprido, trazendo benefícios para todos os envolvidos. Porém, como foi discutido, é preciso estabelecer também um certo nível de inserção da linguagem audiovisual dentro do currículo escolar para que mais altos níveis de resultados sejam alcançados. Não é à toa que até hoje o programa de Bergala está vivo na França.

Essa integração através da inserção de um em outro (escola e cinema) pode gerar um processo de reconhecimento da produção audiovisual nacional, despertar o interesse para esse

tipo de mídia, tornar possível que os alunos explorem o recurso audiovisual através do reconhecimento e aprendizado da linguagem e conseqüentemente o estímulo de um maior pensamento crítico do cidadão que finaliza o processo escolar da educação básica no Brasil. Que, como previu Paulo Freire (1982) , diversos saberes para a construção de uma educação mais efetiva e democrática.

## REFERÊNCIAS

- BERGALA, Alain. **A hipótese-cinema**. Rio de Janeiro: Booklink; CINEAD LISE-FE/UFRJ: 2008.
- BRASIL. **Lei nº 13.006, de 26 de junho de 2014** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2014/lei/113006.htm#:~:text=26%20da%20Lei%20n%C2%BA%209.394,nas%20escolas%20de%20educa%C3%A7%C3%A3o%20b%C3%A1sica](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/113006.htm#:~:text=26%20da%20Lei%20n%C2%BA%209.394,nas%20escolas%20de%20educa%C3%A7%C3%A3o%20b%C3%A1sica). Acesso em: 25 out. 2020
- BUARQUE, Cristovam. **Da obrigatoriedade do cinema na escola, notas para uma reflexão sobre a Lei 13.006/14**. Cinema e educação: a lei 13.006. Reflexões, perspectivas e propostas. Belo Horizonte: Universo Produções, 2015.
- CANUDO, Ricciotto. **Manifeste des Sept Arts**. Gazette des Sept Arts, 1923.
- CORROCHANO, Maria Carla. PISTILLI, Paulo. **Gerações em diálogo: cinema e produção audiovisual no ensino médio - Cinema e educação: a lei 13.006. Reflexões, perspectivas e propostas**. Belo Horizonte: Universo Produções, 2015.
- DANEY, Serge, **L'exercice a été profitable, Monsieur P.O.L.**, 1993.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática educativa**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17. Ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.
- FREIRE, Paulo. GUIMARÃES. S. **Sobre educação (diálogos)**. v. 1. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- FRESQUET, Adriana. **Cinema e educação : reflexões e experiências com professores e estudantes de educação básica, dentro e "fora"**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação com extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 2005.
- MIGLIORIN, Cezar; FRESQUET, Adriana. **Da obrigatoriedade do cinema na escola, notas para uma reflexão sobre a Lei 13.006/14 - Cinema e educação: a lei 13.006. Reflexões, perspectivas e propostas**. Belo Horizonte: Universo Produções, 2015.
- STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo : Atlas, 2005.

---

**Comunicando resistências com João do Crato:  
pedagogias dissidentes como proposta para a cidadania<sup>73</sup>**

**Communicating resistance with João do Crato:  
dissident pedagogies as a proposal for citizenship**

Walisson Angélico de ARAÚJO<sup>74</sup>

**RESUMO**

Propõe-se, neste artigo, perceber como a presença de João do Crato, artista do Ceará, na arte e na cultura tensiona convenções sociais e colabora em reflexões sobre uma proposta de pedagogias dissidentes para repensar a cidadania por meio do coletivo e da resistência. Para isso, utilizou-se ferramentas da etnografia articuladas com a cartografia dos afetos. Com isso, conclui-se que o cantor e *performer* cumpre um papel de mediação na construção de uma teia de saberes localizados em prol da liberdade e do bem viver das pessoas baseada na educação popular.

**PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação e cultura; Arte; Resistência; Corpo; Políticas.

**ABSTRACT**

It is proposed, in this article, to understand how the presence of João do Crato, an artist from Ceará, in art and culture tensions social conventions and collaborates in reflections on a proposal of dissident pedagogies to rethink citizenship through the collective and resistance. For this, tools of ethnography articulated with the cartography of affections were used. With this, it is concluded that the singer and performer fulfills a role of mediation in the construction of a web of knowledge located in favor of freedom and the well-being of people based on popular education.

**KEYWORDS**

Communication and culture; Art; Resistance; Body; Politics.

---

<sup>73</sup> Trabalho produzido com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

<sup>74</sup> Recém-graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri (UFCA); mestrando em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA); e-mail: [walissonangelico@gmail.com](mailto:walissonangelico@gmail.com)

---

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

João Ulisses Filho, popularmente conhecido como João do Crato, é cantor, ator, produtor, ativista cultural e *performer*.<sup>75</sup> O artista nasceu em 1954 em Aracatiáçu, distrito de Sobral, localizado a 230km de Fortaleza, capital do estado do Ceará, mas com apenas um ano de idade foi para o Sul do estado e se considera com orgulho filho do Crato, uma das cidades que compõem a Região Metropolitana do Cariri (RMC).<sup>76</sup> Viveu sua infância, adolescência e parte da vida adulta em meio ao regime militar brasileiro, que sucedeu entre os anos de 1964 e 1985, mas, antes disso, viveu na pele a repressão do coronelismo<sup>77</sup> instaurado no Cariri há séculos. João vê a necessidade de colocar em xeque os costumes da sociedade e ir além.

Este trabalho pretende desenvolver uma semente que ficou por germinar na monografia deste pesquisador apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), no final de 2020. Continuamos então o que Araújo (2020) pensa sobre a possibilidade de uma teia de saberes localizados que está sendo construída no Cariri por meio das mediações em que João do Crato se insere.

Pensamos aqui pela comunicação e pela cultura por parte de um recorte em desenvolvimento dos estudos com João do Crato na pesquisa desenvolvida no Mestrado na Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (UFBA).<sup>78</sup> Em outro momento, na monografia, me engajei em perceber com João do Crato, baseado nos estudos de Helena Katz e Christine Greiner (2005) sobre o corpo enquanto mídia política de si e que nos auxilia a perceber tecnologias comunicacionais e culturais que emergem pelo corpo em performance.

---

<sup>75</sup> Performer é quem cria, faz a performance e dá sentidos, trabalhando com vários códigos e possibilidades de combinações construídas a partir de experiências sensíveis, sendo que estes artistas, com as suas “[...] performances realizam uma crítica às situações de vida [...]” (GLUSBERG, 2009, p. 72).

<sup>76</sup> O território é composto por nove municípios, a saber: Juazeiro do Norte, Crato, Barbalha, Jardim, Missão Velha, Caririáçu, Farias Brito, Nova Olinda e Santana do Cariri. Informações disponíveis no link: <https://www.cidades.ce.gov.br/regiao-metropolitana-do-cariri/>. Acesso em: 25 out. 2021.

<sup>77</sup> Segundo contribuições de Galvão (2010), os coronéis apresentavam um estereótipo de poder quase absoluto, constituindo-os, assim, para a região, como líderes, pois eram ricos, poderosos, filhos de famílias importantes e há gerações donos de terras e poderes políticos no Nordeste.

<sup>78</sup> Este texto foi produzido em 2021, ano em que ingressei no mestrado, após concluir a graduação em Jornalismo pela Universidade Federal do Cariri (UFCA).

---

Segundo Katz e Greiner (2005), o movimento seria a matriz da comunicação, que se manifesta dos gestos aos atos de fala. A comunicação, enquanto área que permite uma interdisciplinaridade, não pode ser ignorada também como produção de discurso (SODRÉ, 2002), pois a partir de uma abordagem pragmática, a linguagem passa a ser pensada como produtiva e não apenas reprodutiva (SETENTA, 2008).

As ações de João do Crato que emergem pelo corpo inserido no Cariri nos permite perceber possibilidades de tensionar convenções sociais e ser parte de dissidências tecidas pelas suas desobediências enquanto artista que resistiu ao movimento coronelista, à ditadura militar brasileira, assim como, sendo ele parte do movimento do *Rock Urbano* de Periferia que emergiu por volta dos anos 1970 contra o movimento repressivo em prol de liberdade. O cantor vivenciou também engajamentos dos discursos e imagens da cena contracultural que emergiu como forma de questionar e negar a cultura vigente diante de acontecimentos que estavam acontecendo, a saber, por exemplo, a guerra do Vietnã (1955 – 1975), a ditadura militar brasileira (1964 – 1985) e a guerra fria (1947 – 1991). O artista, também educador popular narra a partir das suas resistências e dos seus discursos formas de não aceitar os limites do corpo, não cedendo ao medo e pensando na construção em coletivo em prol de liberdade.

O uso de ferramentas da etnografia como o diário de campo e as entrevistas estão presentes desde 2019, ao qual a pesquisa se delinea utilizando-se como suporte a cartografia como proposta por Rolnik (2016, p. 23), ao qual se “[...] acompanha e se faz ao mesmo tempo que o desmanchamento de certos mundos – sua perda de sentido – e a formação de outros.”. Dito de outra maneira, de acordo com Preciado (2017), uma cartografia é uma oposição à história, à sociologia, à psicologia e, de alguma forma, ao que nos proporciona visualizar apenas histórias predefinidas e normativas. A criação de mundos para o cartógrafo é essencial, “dar língua para os afetos que pedem passagem” (ROLNIK, 2016, p. 23), percebendo o que pode nos acontecer diante do encontro entre os corpos.

Afeto, neste texto, não será sobre paixão, carinho ou amizade, pelo contrário, será no sentido de afetar, de atingir, sensibilizar, de promover uma confluência capaz de nos permitir refletir sobre engajamentos políticos, subjetivos e identitários possíveis. O afeto aqui auxilia a perceber narrativas comprometidas com propostas de reflexões necessárias para o futuro.

---

Portanto, “as afecções nos projetam a um estado posterior através do qual a potência de ação dos nossos corpos é aumentada ou diminuída, ajudada ou reduzida.” (COLLING, 2021, p. 24).

Para contextualizar as reflexões sobre o campo da educação, utilizamos de entrevistas com João do Crato, assim como com Aparecida de Oliveira, professora readaptada do ensino fundamental e integrante da Associação Cristã de Base (ACB); Daniel Peixoto, cantor, ator e *performer* LGBTQIA+<sup>79</sup> e Ana Cristina Diôgo, socióloga e coordenadora do Instituto de Ecocidadania Juriti. Falas necessárias para as reflexões sobre uma proposta de educação popular a partir da arte como proposta para a cidadanias no Cariri. As pessoas que foram entrevistadas fazem parte da produção de dados utilizada para a análise com João, em busca de propor com elas formas de compreender como pode o artista ser importante para uma proposta educacional que flui a partir da arte e da comunicação do corpo que resiste como prática para cidadanias possíveis.

Pensando nas micropolíticas do saber e do corpo com João do Crato, pensamos em uma proposta de educação popular<sup>80</sup> que resiste com o artista nas suas andanças. Atravessamos em meio ao campo da cultura e da arte, pensando movimentos que vão de encontro à proposta modernista de educação ao qual o futuro já está determinado e ele é tomado por tecnologias de ponta, onde a potência do corpo parece ser subjulgada. Com João do Crato, pensar educação como prática para cidadanias é pensar a existência de vozes que se afetam – capacidade de afetar e de ser afetado –, engajadas, auxiliando de mãos dadas com outros/as/es, um movimento que não se compõe no singular, mas no plural.

## COMUNICAR COM O CORPO

---

<sup>79</sup> LGBTQIA+ é a sigla utilizada para lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transexuais ou transgêneros, *queer*, intersexuais, assexuais. O sinal “+” procura alcançar a reverberação das dissidências sexuais e de gênero nos contextos específicos.

<sup>80</sup> Não pretendemos utilizar o popular como conceito de uma produção folclórica ou como essência da tradição de um povo, sendo que segundo Canclini (2013, p. 23), esta, é prática “de estratégias instáveis, diversas [...]”, sendo a cultura popular definida como a conhecemos de forma generalizada pelo modo que o “[...] folclorista e o antropólogo levam à cena a cultura popular para o museu ou para a academia, os sociólogos e os políticos para os partidos, os comunicólogos para a mídia [de massa]” (CANCLINI, 2013, p. 23). Pensando com Janotti Jr. (2015, p. 54), em uma compreensão ampla sobre a cultura pop, ele afirma que esta se “corporifica em práticas cotidianas que abarcam o modo como as expressões culturais são propagadas enquanto algo da ordem do vivido”. Posto isso, aqui coloca-se o popular como uma forma híbrida e cosmopolita, entre passado e presente, sem essências, sem buscar narrar estereótipos saudosos sobre uma raiz inexistente.

Para Sodré (2002; 2014) e Greiner (2005), comunicação relaciona-se com o sentido de comunidade, da partilha, da continuidade, da exposição. As informações que partem ao campo externo são organizadas como sensações que serão processados pelo corpo. Greiner (2005, p. 51) discorre sobre a metáfora corporal ser “aquela que dá a partida para o discurso e, simultaneamente, para organização *in vivo* da comunicação, havendo uma clara dependência da referência orgânica para se entender o que significa comunicar algo”.

Almejando contribuir com este debate sobre comunicação, resistência e educação, está sendo tecido um diálogo sobre corpo e arte com João do Crato, podendo assim contribuir o artista para uma teia de saberes micropolíticos de si e de outros, uma colaboração de vozes, promovendo a coletividade como necessidade para se pensar em uma estratégia de sociedade que preze pela empatia e prática à(s) cidadania(s), ao qual acredita-se que esta, da maneira que a conhecemos, está corrompida, pois certos sobreviventes nem direito à educação de qualidade têm acesso. Posto isso, que outras possibilidades de educação e cidadanias são possíveis de serem pensadas?

A comunicação do corpo como pedagogia possível pode ser pensada por meio das mediações do artista ao qual ele pode proporcionar uma teia de aprendizados através da arte, das performances e da cultura; uma outra proposta para complementar com a área da educação, indo de encontro a uma educação formal e colonizante ministrada nas escolas de ensino básico do nosso país. Não se propõe inferiorizar a educação proposta pelas grades curriculares escolares, mas também não subjugar a importância da inserção de temáticas e de uma pedagogia pensada nas narrativas locais dos seus povos, não limitar estas a cristalizações temporais e históricas, pelo contrário, apresentar propostas de saberes em construção tecidos na coletividade cosmopolita contemporânea.

A existência de linguagens comuns a um grupo social é o que nos permite, como proposto por Hall (2016, p. 37), decodificar nossos pensamentos em “[...] palavras, sons ou imagens [...]”, sendo essas produções que dão sentido à linguagem, compondo parte da comunicação como uma troca de forças existenciais que fluem pelos corpos, produzidas pelos

sentidos e representações<sup>81</sup>, na forma de atravessamentos possibilitados pela experiência. Não podemos pensar nas representações do que compõe os campos da linguagem como algo estático e imutável, “afinal, nem tudo o que se comunica opera em torno de mensagens codificadas” (KATZ; GREINER, 2005, p. 133). Ou seja, ponto que com João, foi possível perceber outros sentidos e representações de um artista que pode auxiliar na produção de dissidências e (re)significação do campo comunicacional distante dos meios, propondo metodologias para o auxílio à educação local.

Pensando também com o campo da performance, me aproximo do que discorre Carlson (2009), para ele, a polissemia do conceito tem crescido, tendo outras concepções utilizadas para analisar e compreender diversas atividades humanas, excede assim o campo da arte:

Com a performance como uma espécie de suporte crítico, a metáfora da teatralidade extrapolou o campo das artes, em direção a quase todos os aspectos das tentativas modernas de compreender nossa condição e nossas atividades, por quase todos os ramos das ciências humanas. (CARLSON, 2009, p. 17).

Em contrapartida, não pensando junta da estrutura modernista e que busque compreender a limitar e finalizar conceitos, pensamos com Cardoso Filho e Gutmann (2019), onde ambos pontuam que a performance não é limitada a um objeto específico, pois ela se dá nos espaços das afecções, então, estas

[...] se revelam como uma espécie de forma-força (e não meramente a representação de uma ação) que indicam tanto as matrizes convencionais da ação quanto seus desvios disruptivos em determinados acontecimentos. Elas se constituem como um interessante objeto para o mapeamento das experiências estéticas no campo da comunicação. (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 109).

Pensamos então no campo da performance como delinea Janotti Jr. (2015, p. 50), “[...] entendido de maneira ampla, como um modo de enformar materialmente experiências sensíveis e valores culturais presentes nos processos de “corporificação” da cultura pop. Um efeito de presença”.

---

<sup>81</sup> Para Hall (2016), de forma resumida, representação é a produção de sentido formulada pela linguagem, sendo essa representação impotente para os processos pelos quais os significados são produzidos.

Nesta breve discussão entre corpo, comunicação, arte e performance, pensamos o que Araújo (2020, p. 82) discorreu em sua monografia com João do Crato: “[...] [a] arte como política que flui do corpo que é seu próprio meio de comunicação”, sendo que com o seu corpóliticomidiático<sup>82</sup> o artista tece “[...] movimentos localizados que propõem uma não-categorização ou não-inclusão [...]” (*ibid.*) de si “[...] em padrões, compondo assim uma bricolagem temporal, cultural e de gênero; de dissidências que evocam desobediências às limitações tidas como norma pela sociedade” (*ibid.*). Evocar o corpo como meio/mídia não é focar na objetificação dele, mas disputar o espaço com o que conhecemos enquanto tal. Pense-se então próximo das mediações propostas pelo artista e seu corpo enquanto mídia política de si mediando processos entre a educação e cidadania.

## **TECENDO CIDADANIA E SABERES COM RESISTÊNCIA EM JOÃO DO CRATO**

Ao assistir e analisar a entrevista cedida pelo artista (Figura 1) ao laboratório de telejornalismo da Universidade Federal do Cariri (UFCA), em 2019, João do Crato discorreu sobre o movimento contracultural no Cariri, ele trouxe à tona narrativas da repressão vivenciada na pele, “da crítica, no cotidiano, da rua”, ao qual “em plena ditadura militar a gente sofreu muitos baques [...]”, “a gente levou muito ‘telefone’<sup>83</sup>, muita porrada, a gente não podia nem estar juntos”, lembrou o cantor pontuando que a intenção do movimento Xá de Flor<sup>84</sup> no Cariri foi “de fazer a revolução como um todo”<sup>85</sup> (ENTREVISTA, 2019).

---

<sup>82</sup> Neologismo que sintetiza correlações entre os termos “corpopolítica” (GADELHA, 2018, p. 42) e corpomídia (KATZ; GREINER, 2005, p. 133).

<sup>83</sup> Expressão utilizada para representar agressão física realizada pela polícia, que com ambas as mãos golpeavam as orelhas das pessoas do movimento contracultural.

<sup>84</sup> Para Marques (2017) e Araújo (2020), o projeto de cultura alternativa do bar Xá de Flor foi um movimento libertário e de experimentação do corpo para artistas locais, parte do movimento contracultural local, sendo que o Xá de Flor foi nome de cachaça temperada com raízes e também do bar criado pelo amigo de João, o Blandino Lobo. O movimento foi produção de fluxos de aprendizados e de contestação à repressão através da arte. Acesse o link para conhecer o movimento Xá de Flor: <https://youtu.be/1dqdcBSkPxw>. Acesso em: 03 mar. 2021.

<sup>85</sup> Para acessar a entrevista completa acesse: <https://youtu.be/Dparut1JLoA>. Acesso em: 03 mar. 2021.

Figura 1: João do Crato em entrevista para o Laboratório de Telejornalismo da UFCA



Fonte: captura de tela do YouTube.

Na primeira ida a campo, na casa do artista, enquanto ele falava sobre sua trajetória, percorreu também sobre alguns acontecimentos e momentos que construiu com outras pessoas, em coletivo. A coletividade em João do Crato é uma teia tecida por várias mãos, tensionando e desarticulando limites, inclusive no seu bairro, o São Miguel, na cidade do Crato, no Ceará. O *performer* argumentou que se não tinha palco para ele, teria para o povo, “para subir, para assistir, sabe, para quem queria desfilar, para quem queria cantar, recitar [...] para poder... porque eu acho isso muito significativo, né, eu acho que as pessoas precisam dessas válvulas de escape” (FILHO, 2019).<sup>86</sup>

Portanto, pensando com este corpo político e mídia de si no campo da comunicação, é uma proposta tecer catalisações para esta escrita, próximas do que Alves e Nunes (2014, p. 4) discutem sobre a educação popular baseada em Paulo Freire e Ismar de Oliveira Soares, na qual elas propõem pensar de uma forma interdisciplinar, visualizando discutir os “[...] vários tipos de conhecimentos que se conectam na educação e na comunicação”. As autoras enfatizam que neste campo de estudos das duas áreas citadas anteriormente, refletir a cidadania, é de extrema relevância para se pensar e (re)articular um campo político. Posto isso, elas refletem sobre a “educomunicação” (ALVES; NUNES, 2014, p. 4).

---

<sup>86</sup> Entrevista realizada em 12 de abril de 2019 na casa do artista, no Crato.

---

João do Crato é também ativista da causa ambiental, atuante nos movimentos sociais e políticos, junto às atividades enquanto educador popular e mediador cultura, não se limita a narrativas convencionais, discorre sobre o desejo de um mundo melhor, onde as pessoas possam ser quem elas desejam e que tenham direitos básicos para poder viver. O artista se insere, é uma troca de saberes e aprendizados por meio da cultura e da arte para aqueles(as) das comunidades rurais, dos bairros menos favorecidos financeiramente da cidade, assim como para todos/as/es aqueles que podem vivenciar momentos com João do Crato.

Sobre algumas dessas experiências, posso destacar os seus shows com performances irreverentes pela forma que canta, dança e interage com o público; participação em eventos da educação, da comunicação e da cultura ou no desenvolvimento de atividades com as pessoas de mais idade que se reúnem no Crás do bairro Vila Alta, na cidade do Crato para desenvolver atividades mediadas pelo artista. Como João do Crato destaca, sempre buscou proporcionar para as pessoas uma forma de “dar um significado à vida” (FILHO, 2019).

Alves e Nunes (2014, p. 6), “[...] frente ao desenvolvimento da sociedade midiática, das novas tecnologias da comunicação e da informação e do deslocamento da escola como fonte privilegiada do conhecimento”, utilizam para a pesquisa delas “ferramentas comunicacionais” (*ibid.*), tecnologias, mas neste ponto, peço licença a elas, não para refutar as tecnologias, mas para apropriar do termo e falar de uma tecnologia que emerge dos processos comunicacionais construídos pelas ações do corpo.

Para João do Crato, como destaquei na monografia, só há aprendizados ou tensões às convenções sociais, pois “[...] existe algo que deve sempre prevalecer: a resistência” (ARAÚJO, 2020, p. 84). A educação popular com o artista é pensada na base do bem viver das pessoas, na liberdade, por isso é importante a educomunicação, nos permitindo a partir da experiência que emergiram pelo encontro com o artista, perceber os processos comunicacionais e culturais que nos apresente essa teia de saberes como possibilidade de conhecer outras partilhas de vida.

É uma pedagogia proposta pela construção da cidadania a partir do coletivo, pelas experiências vivenciadas pelo corpo e mediadas pela arte e a história de vida de João do Crato, aprendendo sobre o local que está inserido, sobre o que aconteceu no passado, mas não limitado à história já escrita e cristalizada no tempo, muito menos sobre uma verdade absoluta, mas sobre a experiência política de uma pessoa interessada em pensar na importância da cultura.

---

É ensinar pelas ações do corpo, na oralidade, nos afetos, ensinando com a arte que existe possibilidade de se tecer uma teia colaborativa de saberes que são importantes para a construção do coletivo. Das narrativas de João do Crato, uma teia vem sendo composta, entrelaçada por ideias, conceitos e pensamentos potentes de revoluções locais capazes de uma construção coletiva pautada na diferença e das conexões que podem ser desfeitas e refeitas.

Maria Aparecida de Oliveira, professora reformada, relembra de ter conhecido João no final dos anos 1980, no movimento popular e principalmente nas campanhas políticas populistas, onde o artista se apresentava nos comícios. Em uma das suas falas em entrevista realizada através do aplicativo WhatsApp ela falou que a forma de educar proposta por João “incentiva as pessoas a ser quem elas são, não importa [...]”, e o que é importante, na prática, é “que as crianças se soltam, se encontram, se encantam com a possibilidade [de aprender], principalmente porque a arte dá essa possibilidade”, ainda mais “quando essa arte vem com uma orientação de uma pessoa que vive isso, que é libertadora, que não tem preconceito de abraçar uma criança, de dar um carinho, de orientar, de dizer que ela é capaz, etc.. Isso fortalece ainda mais” (OLIVEIRA, 2020). Entretanto, após a fala anterior de Oliveira (2020), ela argumentou, possibilitando abertura para a reflexão que “[...] não existe esse espaço ainda na educação brasileira, pois ela é machista, homofóbica e patriarcal”.

João do Crato tece nas diversas espacialidades, nos bairros, nos locais marginalizados da cidade, na zona rural, nos espaços onde parece não se ter o apoio das instituições, uma forma de educomunicação aprendida na experiência e na troca com o artista, resistindo às normas e propondo ensinar a partir de ideias que convocam a liberdade, coletividade e emancipação dos corpos no Cariri.

Oliveira (2020) destacou também que o artista é tão importante para o cenário cultural que ela, junto com outras pessoas é que vão atrás dele, pois “a gente precisa da experiência e da vivência dele [...], querendo beber na fonte dele, nessa arte diferente”, pois para a educadora popular João do Crato é arte, educação, uma síntese de saberes. Mas seu maior orgulho, que nunca será capaz de esquecer, foi que “na convivência com João”, ela aprendeu a se “assumir como negra”, e isso “foi muito forte”, pois “[a] ajudou muito a crescer como pessoa” (OLIVEIRA, 2020). Sobre a sua parceria com João, ela não esquece que o artista está sempre à disposição para dar a sua parcela de contribuição para a construção de um mundo melhor.

---

“Uma sociedade do bem viver”, finaliza a professora, pontuando que “falar de João do Crato é falar de liberdade, libertação, empoderamento” (OLIVEIRA, 2020).

Já para Daniel Peixoto Cordeiro de Farias, mais conhecido como Daniel Peixoto, cantor e *performer* artístico, natural de Fortaleza, viveu sua infância e adolescência no Crato, relembra que no final dos anos 1990 passou por “absurdos gigantes de homofobia no Crato”, de insultos à violência, o que fez ele sair do Crato em 1999, já alguns amigos dele “[...] foram mortos ou se suicidaram por conta dessa não aceitação dos corpos [...]” (FARIAS, 2020).

Destaco também da entrevista com o artista Daniel Peixoto a importância de João do Crato para a sua vida: “João é uma pessoa que com certeza trouxe muita informação e muita coragem para eu seguir fazendo as coisas. E ele é um super artista” (FARIAS, 2020). Para finalizar este trabalho, trago um pequeno trecho da entrevista com a socióloga Cristina Diôgo, realizada e respondida por meio de documento digitado. Residente da cidade de Juazeiro do Norte, ela esteve presente em experiências como o Bar Xá de Flor onde João do Crato se apresentava cantando e dançando com as suas performances. Para ela, é importante aprendermos com o artista, pois ele é “uma dessas lendas vivas, que ao longo da sua trajetória se faz presente em múltiplos espaços dos fazeres e saberes da nossa sociedade” (MELO, 2020).

## **CONSIDERAÇÕES PARCIAIS**

Continuarei esta discussão com João do Crato em discussões futuras, então, enquanto considerações para finalizar este texto, percebi que o artista costura movimentos dissidentes, promovendo uma comunicação distante dos meios hegemônicos, composta em colaboração de outros, como forma de propor narrativas e tensões importantes, mesmo que de forma localizada às convenções sociais.

João nos permite perceber tecnologias e processos comunicacionais por meio da sua produção enquanto artista e educador popular, baseados nos discursos, nas suas ações, na forma de ser e estar presente do artista no Cariri, especificamente na cidade do Crato, nos permitindo pensar sobre a importância da educação e da construção da comunidade em coletivo, para pensarmos assim na cidadania baseada no bem viver das pessoas.

A proposta educacional que está sendo apresentada pelo campo da comunicação e da cultura com artista, prontifica-se como discussão necessária, pois parece ensinar a partir da arte e de uma pedagogia localizada que vai de encontro a da matriz hegemônica produzida sob as lentes determinantes do modernismo. A cidadania com João do Crato é tecida na resistência, transformando-a em prática pedagógica criativa e em coletivo de expansão para o próprio termo, construída pela ação do corpo na experiência com a arte. Estas tecnologias e processos comunicacionais que emergem pelas corporeidades em interação propõem políticas que nos auxiliam a questionar os próprios limites e convenções sociais.

João do Crato nos ensina sobre a mediação e constituição de uma teia de saberes localizados que se expande em busca de experienciar as distintas formas de ser e existir a partir da construção de partilhas pensadas no bem viver em coletivo na cultura. É compor o enredo das disputas em campo, buscando realocar, a partir das práticas artísticas do corpo, os conhecimentos às margens para o centro de discussões micropolíticas capazes de produzir tensão às convenções sociais.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Iacy Samylla Sobreira; NUNES, Rosane da Silva. Educomunicação e cidadania: um olhar sobre projetos de comunicação em escolas no cariri. **Extensão em Ação**, Fortaleza, v. 1, n. 6, p. 3-16, 2014.
- ARAÚJO, W. A. **Estéticas da Alquimia em João do Crato**: tecnologias dissidentes do corpomídia no cariri cearense. 2020. 99 f. Monografia (Graduação) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, 2020.
- CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas**: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade. 4 ed. 6. reimp. São Paulo: Edusp, 2013.
- CARDOSO FILHO, Jorge.; GUTMANN, Juliana. Performances como expressões da experiência estética: modos de apreensão e mecanismos operativos. **InTexto**, Porto Alegre, v. 47, p. 104-120, 2019.
- CARLSON, Marvin. performance: Uma introdução crítica. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.
- COLLING, Leandro. **A Vontade de Expor**: arte, gêneros e sexualidades. Salvador: EDUFBA, 2021.
- ENTREVISTA - João do Crato. Direção de Walisson A. de Araújo. Produção de Walisson A. de Araújo *et al.*. Coordenação de Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira. Juazeiro do Norte, 2019. (26 min.), son., color. Legendado. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Dparut1JLoA&t=123s>. Acesso em: 03 abr. 2021.

- FARIAS, Daniel Peixoto Cordeiro de. [Sobre João do Crato]. WhatsApp: conversa com Daniel Peixoto. 18 ago. 2020. 9 mensagens de WhatsApp.
- FILHO, João Ulisses. Entrevista com João do Crato. Entrevistador: Walisson Angélico Araújo. Crato: Casa de João do Crato. 102 minutos. 12 abr. 2019.
- GADELHA, Kaciano. Corpopolítica: Errâncias Poéticas Decolonizando Roteiros. In: **Catálogo Palco Giratório**: Circuito Nacional. Rio de Janeiro: Sesc, Departamento Nacional, 2018a.
- GALVÃO, André Luís Machado. **O coronelismo nas narrativas de Wilson Lins**: espaços de poder. Feira de Santana, 2010, 120 p. Dissertação (Mestrado em Literatura e Diversidade Cultural). PPG/LDC, UEFS, 2010.
- GLUSBERG, Jorge. **A arte da performance**. 2ª reimpr. da 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- GREINER, Christine. **O corpo**: pistas para estudos indisciplinados. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Editora Puc-Rio: Apicuri, 2016.
- JANOTTI JR., Jeder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: SÁ, PEREIRA DE SÁ, S. (org.); CARREIRO, R. (org.); FERRAZ, R. (org.). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 45-55.
- KATZ, Helena; GREINER, Christine. Por uma teoria do corpomídia. In: GREINER, Christine. **O Corpo**: Pistas para estudos indisciplinados. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2005. p. 125-133.
- MARQUES, Roberto. Bar Xá de Flor: Experiências Queer no Interior do Ceará. MUNDO DE MULHERES & FAZENDO GÊNERO, 13., 2017, Florianópolis. **Anais**. [...]. Florianópolis: UFSC, 2017. Disponível em:  
[https://www.academia.edu/34669259/Bar\\_Xá\\_de\\_Flor\\_Experiências\\_queer\\_no\\_interior\\_do\\_Ceará](https://www.academia.edu/34669259/Bar_Xá_de_Flor_Experiências_queer_no_interior_do_Ceará). Acesso em: 15 out. 2020.
- MELO, Cristina Diôgo Gomes de O. Entrevista concedida a Walisson Angélico de Araújo. Juazeiro do Norte, 01 set. 2020.
- OLIVEIRA, Maria Aparecida de. [Sobre João do Crato]. WhatsApp: conversa com Maria de Aparecida. 03 jul. 2020. 8 mensagens de WhatsApp.
- PRECIADO, Paul B. Cartografias “queer”: o “flaneur” perverso, a lésbica topográfica e a puta multicultográfica, ou como fazer uma cartografia “zorra” com Annie Sprinkle. Trad. de Davi Giordano e Helder Thiago Maia. **eRevista Performatus**, Inhumas, n. 17, 2017. Disponível em:  
<https://performatus.com.br/traducoes/cartografias-queer/>. Acesso em: 15 out. 2020
- ROLNIK, Suely. **Cartografia sentimental**: transformações contemporâneas do desejo. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina / Editora da UFRGS, 2016.
- SETENTA, Jussara Sobreira. **O fazer-dizer do corpo**: dança e performatividade. Salvador: Edufba, 2008.
- SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

---

**Memória Institucional de um Campus Universitário Fora da Sede:  
Percurso de Organização da Memória dos 40 anos da UFMA – campus Imperatriz<sup>87</sup>**

**Institutional Memory of a University Campus Outside Headquarters:  
Courses of the Memory Organization of the 40 years of UFMA - campus Imperatriz**

Marcelo Nunes SILVA<sup>88</sup>  
Gabriel Pereira de ARAÚJO<sup>89</sup>  
Lígia Regina Guimarães CLEMENTE<sup>90</sup>

**RESUMO**

O artigo tece uma discussão teórico-prática sobre memória e comunicação organizacional a partir do projeto sobre os 40 anos da Universidade Federal do Maranhão, no campus de Imperatriz. Metodologicamente, realiza Análise Documental e entrevistas semiestruturadas para construir os percursos de organização da memória da universidade. Como resultados, encontra na instituição educacional a possibilidade de criação de lugares de memória e referências.

**PALAVRAS-CHAVE**

Memória; Memória Institucional; Comunicação Organizacional; Universidade; UFMA campus Imperatriz.

**ABSTRACT**

The article presents a theoretical-practical discussion about memory and organizational communication from the project on the 40 years of the Universidade Federal do Maranhão, on the Imperatriz campus. Methodologically, it conducts Document Analysis and semi-structured interviews to build the paths for organizing the university's memory. As a result, the educational institution finds the possibility of creating places of memory and references.

**KEYWORDS**

Memory; Institutional Memory; Organizational Communication; University; UFMA campus Imperatriz.

---

<sup>87</sup> Trabalho apresentado na IJ03 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>88</sup> Estudante do 8º período de Comunicação Social-Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão; integrante do Grupo de Pesquisa Jornalismo de Fôlego; e-mail: [marceloonuness@gmail.com](mailto:marceloonuness@gmail.com)

<sup>89</sup> Estudante do 3º período de Comunicação Social-Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão; integrante do Grupo de Pesquisa GamerLab/UFMA, Laboratório de pesquisa em Games, Gambiarra e Mediações em Rede; e-mail: [gabriel.pa@discente.ufma.br](mailto:gabriel.pa@discente.ufma.br)

<sup>90</sup> Orientadora do trabalho. Coordenadora do Projeto; doutoranda do PPG em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG); mestre em Comunicação e Cultura Midiática (UNIP), editora da Diretoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) em Imperatriz; email: [ligia.guimaraes@ufma.br](mailto:ligia.guimaraes@ufma.br)

---

## INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é tecer uma discussão teórico-prática sobre memória e comunicação organizacional a partir do projeto sobre os 40 anos de atuação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), no campus de Imperatriz, no interior do estado do Maranhão, localizado a 632 km da capital, São Luís.

O projeto desenvolvido na UFMA, por meio da modalidade Foco Acadêmico, eixo Desenvolvimento Institucional, é composto por uma equipe multidisciplinar<sup>91</sup>, com três servidores da instituição e cinco estudantes dos cursos de graduação da UFMA em Comunicação, Direito e Ciências Humanas, realizado de 2019 a 2020.

Por meio de Análise Documental (CELLARD, 2008) e de entrevistas semiestruturadas (DUARTE, 2011) com pessoas que ajudaram a construir a história da Universidade, além da publicação de relatos e dados oficiais em reportagens e em redes sociais, o projeto atuou em duas frentes principais: uma que consistia em reconstruir percursos de organização da memória da universidade, que estavam dispersos e causavam indefinição mesmo quanto a marcos históricos, como data de início do funcionamento e local exato; e outra, comemorativa dos 40 anos, que visava pautar mídia e a sociedade, por meio de ações comemorativas ao longo do ano de 2020, tanto para o público interno quanto externo, referenciando a relevância dos serviços prestados pela UFMA à comunidade de Imperatriz nessas quatro décadas.

As duas frentes do projeto visavam proporcionar aos alunos, servidores, comunidade local e às pessoas que já passaram por esse lugar, que é o espaço de construção de conhecimento no ensino superior, a reconexão por meio de memórias, ilustrações, documentos que complementem a sua experiência e suas vivências com a UFMA, além de contribuir com a valorização e reconhecimento do crescimento do ensino na cidade de Imperatriz.

Imperatriz foi o primeiro campus da UFMA a expandir o ensino superior fora da sede, São Luís. Esse processo, no entanto, se realizou paulatinamente, superando limitações de diversas ordens e galgando importantes conquistas para a educação na região. Aos 40 anos de

---

<sup>91</sup> Fizeram parte do projeto os coordenadores, Lígia Guimarães, jornalista/editora da Diretoria de Comunicação em Imperatriz e Daniel Duarte Costa, professor e ex-Diretor do CCSST; a administradora Eliziane Rosa e os alunos Gabriel Pereira de Araújo, Marcelo Nunes Sousa Silva, Natália Paulo da Silva, Rafaela da Silva Carvalho e Susane Gomes dos Santos, dos cursos de Comunicação Social, Ciências Humanas e Direito.

início de suas atividades, percebe-se que o movimento de olhar para trás e reconstruir essa história é também compreender as diferenças e reconhecer os limites de cada período por qual a instituição passou. É também construir referências para planejar e vislumbrar o futuro dessa instituição.

Refletem-se aqui sobre a importância da Memória Institucional e sobre a preocupação com a criação de registros de memória, com base em autores como Nassar (2007), Huyssen (2000), Dodebei (2008), Nora (1993) e outros que discutem sobre a memória das organizações.

Discorre-se sobre a preocupação do projeto em tentar ordenar a memória dos 40 anos de um campus fora da sede, de organizar a dispersão, de propor uma lógica temporal, de reconstruir uma versão (ainda quem em constante edição) para a história da instituição.

## **1. MEMÓRIA E PRODUÇÃO DE SENTIDO**

Dodebei (2008) levanta que a preservação da memória social foi um tema em destaque principalmente na passagem do século XX para o século XXI.

Ao longo do século vinte e, principalmente, após a segunda guerra mundial, a preocupação com a criação de registros de memória, quer fossem na literatura, nos monumentos ou nas comemorações, levou a sociedade a produzir um campo de discussão sobre o perigo de esquecer fatos históricos marcantes. (DODEBEI, 2008, p. 1).

Segundo Huyssen (2000), os estudos da memória vêm ganhando consistência em diversas áreas das Ciências Sociais a partir dos anos 1980, construindo a produção de sentido de pertencimento social e cultural. Ribeiro e Barbosa (2007) manifestam que o resgate de memória e práticas do passado pode proporcionar a valorização da experiência individual, além de oportunizar a visibilidade histórica de épocas que estão registradas por meio de documento ou arquivos, por meio da escrita, da biografia, de objetos, registros vintage e filmes de época.

Este trabalho expõe as interfaces entre a cultura e a memória a partir do projeto sobre os 40 anos da UFMA em Imperatriz, pautando as narrativas documentadas pela perspectiva de relatos e arquivos que remontam desde o início do seu funcionamento, em 1980, até 2020.

A reconstrução da memória deste órgão federal é contado por meio de muitas vozes que, ao longo dos anos que passaram por ela, contribuem e somam para as suas conquistas.

## **2. MEMÓRIA INSTITUCIONAL E A REAFIRMAÇÃO DO PAPEL DA UNIVERSIDADE**

Rueda *et al.* (2011), ao traçarem uma revisão de literatura sobre Memória Institucional, estabelecem que, apesar de muito similares, há uma diferença conceitual entre Memória Organizacional e Memória Institucional:

A principal diferença entre Memória Organizacional e Memória Institucional está no foco de cada atividade, enquanto o termo Memória Organizacional leva à ideia da eficácia que aceita mudanças no seu trajeto, o termo Memória Institucional remete à ideia de legitimidade, criação e identidade (RUEDA *et al.*, 2011, p.86).

Os autores justificam que memória institucional se aproxima melhor de uma concepção que as empresas têm de identidade e reputação na constituição de sua memória. “Já não basta oferecer o produto/serviço mais desejado, além das já conhecidas responsabilidades social e ambiental, as instituições começam a se preocupar em apresentar um diferencial para o mercado: a Responsabilidade Histórica Empresarial”. (RUEDA *et al.*, 2011, p.86). É o que Nassar (2007) define como um conceito ligado, em especial, às organizações, que considera responsabilidades tanto comercial, legal, ambiental, cultural, social etc. e que só se constrói tanto na preservação, quanto na disseminação da memória institucional.

A empresa que tem a intenção de se perpetuar no mundo de hoje, com vistas para o futuro, deve inescapavelmente legitimar suas atitudes, ações, posturas e, especialmente, ter consciência e dar conhecimento dos impactos de suas atividades no passado, no presente e no futuro em diferentes níveis, do comercial ao social. Aquela historinha mal-contada ou a varrida do lixo para debaixo do tapete, já não são aceitas e colocam qualquer organização em risco. (NASSAR, 2007, p.40).

O projeto levou essa premissa de Nassar em consideração ao buscar a reafirmação da história uma Instituição de Ensino Superior, considerando não só uma versão heroica ou bem formatada da sua narrativa, mas reconhecendo fraquezas e dificuldades enfrentadas. Trata-se também de um processo de tomada de consciência de seu lugar, de seus valores, seu papel social, sua relevância para a educação da região e de um caminho que está em plena construção.

---

### **3. A HISTÓRIA DISPERSA DE UM CAMPUS FORA DA CAPITAL**

Uma das grandes justificativas para a realização do projeto foi a constatação de uma dispersão dos elementos da história da instituição, como documentos mal conservados e ainda não digitalizados, a falta da sistematização da história e impasses quanto a datas e marcos temporais. Notava-se também a necessidade de reavivar o sentimento de pertencimento de um campus que dependia da sede (na capital São Luís), que lutava para ser visto e para conquistar novos passos e, até mesmo, certa mágoa por parte dos sujeitos que fizeram parte da história, por necessidade de reconhecimento de seus papéis.

O projeto teve a preocupação de tentar ordenar o que estivesse disperso, propor uma lógica temporal, reconstruir uma versão para a história da instituição.

#### **3.1 Percursos de ordenação da memória dos 40 anos da UFMA em Imperatriz**

Entende-se que os registros de uma história precisam estar ordenados para passarem a criar referências. Como destaca Barreto (1994), é necessário associar informação ao conceito de ordem para reduzir incertezas.

A informação sintoniza o mundo. Como onda ou partícula, participa na evolução e da revolução do homem em direção à sua história. Como elemento organizador, a informação referencia o homem ao seu destino; mesmo antes de seu nascimento, através de sua identidade genética, e durante sua existência pela sua competência em elaborar a informação para estabelecer a sua odisséia individual no espaço e no tempo. (BARRETO, 1994, p. 1).

Nessa tentativa de mapear as informações dispersas, o projeto realizou:

- Consulta, catalogação e digitalização de cerca de 24 documentos oficiais, como portarias, resoluções, projetos e outros que registram oficialmente os principais marcos que compõem a linha cronológica da UFMA em Imperatriz, desde o início do seu funcionamento até os dias atuais;
- Levantamento e leitura de material acadêmico que discute algum aspecto da história da UFMA em Imperatriz, identificando oito trabalhos, entre monografias, dissertações de Mestrado e artigos publicados;

- Realização de cerca de 20 entrevistas semiestruturadas com professores, técnicos e alunos, incluindo todos os ex-diretores que já geriram o Centro, para compreender as diferentes visões de cada um sobre a instituição e que as dificuldades encontradas por todos, para uma posterior organização e referencialidade sobre essas quatro décadas;
- Mapeamento de fotos, figuras, plantas de prédios e outros materiais iconográficos e
- Levantamento de notícias nos principais veículos jornalísticos da região e no site institucional da universidade.

### **3.2 Análise Documental**

A Análise Documental dos arquivos institucionais e iconográficos da universidade foi realizada de forma exploratória, para mapear dados, datas e contexto histórico com o intuito de compreender e reconstruir o sentido cronológico da memória.

Tratando-se de um órgão federal, os atos tendem a ser publicados em instâncias oficiais. Ainda assim, algumas datas importantes da história da instituição, como o início do funcionamento da Unidade fora da sede, etc., tendem a passar por algumas inconsistências quando comparadas com algumas versões orais dos relatos dos entrevistados. Tais discrepâncias ocorreram, muitas vezes, devido à demora nas publicações dos documentos ou mesmo a falta de digitalização do acervo.

[...] o documento escrito constitui uma fonte extremamente preciosa para todo pesquisador nas ciências sociais. Ele é, evidentemente, insubstituível em qualquer reconstituição referente a um passado relativamente distante, pois não é raro que ele represente a quase totalidade dos vestígios da atividade humana em determinadas épocas. Além disso, muito frequentemente, ele permanece como o único testemunho de atividades particulares ocorridas num passado recente (CELLARD, 2008, p. 295).

Assim, o trabalho da Análise Documental conciliou os dados oficiais, o conteúdo publicações dos documentos e também o contexto de sua publicação (FLICK, 2009).

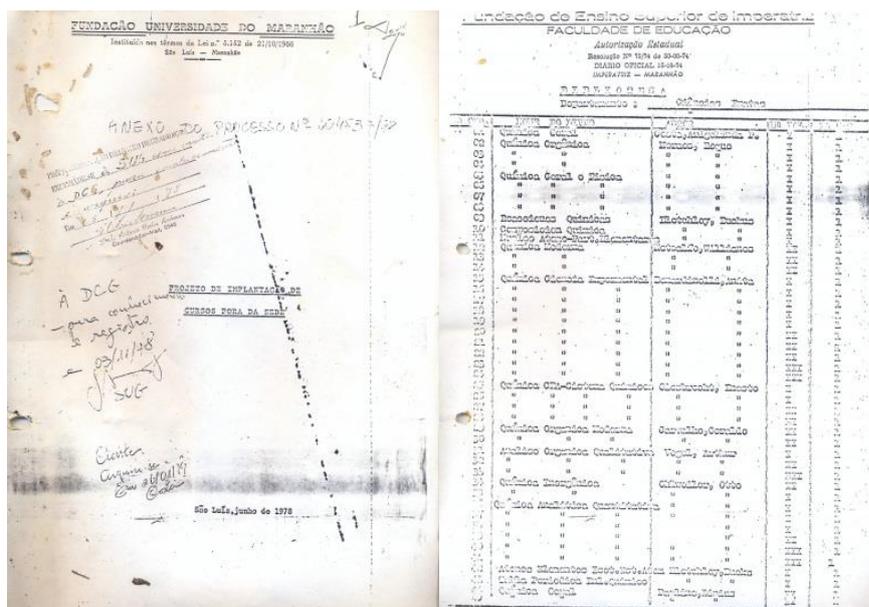
O mais antigo documento ao qual o projeto teve acesso (não-digitalizado) foi o de implantação de cursos fora da sede da capital, datado de junho de 1978.

Em julho de 1977, em Niterói-RJ, no 25º Encontro de Reitores de universidades do Brasil, já estava sendo discutida a possibilidade de ampliação do ensino para regiões mais afastadas do eixo central do país. Em junho de 1978, em São Luís, deu-se início ao projeto de implantação de cursos fora da sede na capital. Para começar a ampliação do ensino era necessário que a cidade escolhida tivesse estrutura física e econômica para receber os cursos de graduação. A partir de então a segunda cidade maior do estado foi pautada como a possível escolhida e registrava:

[...] população escolarizável, na faixa etária de 7 a 14 anos, na ordem de 48.672 crianças, encontrando-se matriculadas apenas 38.30%; existência de duas escolas de 2º grau, atendendo a um contingente de, aproximadamente, 3.000 alunos, sob a orientação de 64 professores, em sua maioria, sem habilitação requerida; baixa qualificação dos docentes e inexistência de especialistas em educação par o ensino do 1º e 2º graus (FUNDAÇÃO, 1978).

O início de atuação da UFMA em Imperatriz oficializa não só a construção da expansão do ensino no Maranhão, como também o compromisso social de transformação da sociedade. Assim, foram criados, em 1980, os primeiros cursos oferecidos pela UFMA em Imperatriz, Direito e Pedagogia.

**Fig. 1:** Documento: Projeto de implantação de cursos fora da sede



Fonte: Fundação Universidade do Maranhão, 1978.

Sem uma estrutura física definida, com professores que saíam da ilha, São Luís, rumo ao continente para ministrarem as aulas, a Universidade começava a dar seus primeiros passos de expansão do ensino superior para além da capital do estado.

Os documentos catalogados no projeto foram também digitalizados para a construção de um acervo a ser disponibilizado para consulta da comunidade acadêmica. Destaca-se não somente o valor legal desses documentos, mas a relevância deles para comporem o entendimento histórico da instituição. Dentro desta perspectiva, o documento é entendido como um lugar de memória (NORA, 1993).

### **3.3 Entrevistas**

As 20 entrevistas semiestruturadas realizadas foram realizadas presencialmente, gravadas e, posteriormente, decupadas. Elas seguiram roteiros com questões-guia, que se desdobraram em outras perguntas, no decorrer das conversas com os entrevistados.

Como destaca Duarte, as entrevistas não têm a finalidade de testar hipóteses, mas “seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema” (DUARTE, 2011, p. 63). As entrevistas no projeto permitiram captar sentimentos e coletar relatos de sujeitos que ocupam lugares únicos na história da instituição.

Vicente Marques de Castro Neto<sup>92</sup> atualmente é professor do curso de Pedagogia, mas foi o primeiro técnico-administrativo por meio de concurso no campus e também aluno da instituição. Ele ocupou três diferentes “lugares”, com visões e expectativas diferentes, em relação à instituição.

Fizemos parte do primeiro Diretório da UFMA, que hoje é chamado de Centro acadêmico. Antes éramos divididos entre o curso de Direito, Pedagogia e Ciências Contábeis, nós optamos por criar um único, assim teríamos somente um representante dos três cursos na eleição. [...] Contribuí bastante para essa mobilização política dentro da universidade aqui em Imperatriz e como administrativo. As funções que eu exerci foram ajudando dentro do possível. Eu ainda exerci a função de diretor durante um período de férias do diretor em exercício (NETO, Informação Verbal, 2019).

---

<sup>92</sup> Entrevista concedida ao grupo Foco Acadêmicos 40 anos UFMA Imperatriz em 20 nov. 2019, 1h55m.

Das diversas impressões e relatos coletados para se acessar essa história dispersa, constatou-se que os atores sociais entrevistados guardam sentimentos nem sempre óbvios em relação à evolução cronológica da história da UFMA. Alguns demonstram certas mágoas e falta de reconhecimento por seu trabalho; outros são gratos pela experiência da universidade em suas vidas e na região.

Um sentimento, no entanto, é quase um consenso por parte de todos os entrevistados: a dependência do campus do interior em relação à capital e o desejo de mais autonomia orçamentária e mesmo de criação de uma universidade federal na região do sul do Maranhão a partir do desmembramento da sede.

Para todos os entrevistados se propôs o exercício de olhar para o futuro e vislumbrar a instituição nas próximas décadas, numa reflexão sobre para onde estamos caminhando e quais os anseios da comunidade acadêmica. O professor dos cursos de Pedagogia e Jornalismo, ex-diretor e atual vice-reitor da Universidade, Marcos Fábio Belo Matos<sup>93</sup>, conjectura:

Eu acho que daqui a dez anos nós vamos festejar uma nova federal aqui implantada. Nós estamos localizados numa posição estratégica do Maranhão, do Pará e do Tocantins. Eu acho que nós, como Universidade Federal, temos um papel social de formação, de prestação, de serviço, de incentivo à pesquisa. Nós estamos exatamente dentro da Amazônia. A gente precisa valorizar isso, nesse sentido a gente tem aí uma grande contribuição a dar como Universidade Federal do Maranhão ou que, como é o meu desejo, outra universidade já sendo criada Universidade Federal. (MATOS, Informação Verbal, 2019).

Nos últimos anos, inclusive, têm despontado diversos movimentos de pressão pela criação da nova instituição a partir do campus já existente, como o #UFMASUL, Nova Federal do Maranhão e o de criação da Universidade Federal da Amazônia Maranhense.

### 3.4 Linha Temporal

Dentro da proposta de tecer um ordenamento de referências a partir também da temporalidade, construiu-se uma linha do tempo da história da instituição, a ser disponibilizado

---

<sup>93</sup> Entrevista concedida ao grupo Foco Acadêmicos 40 anos UFMA Imperatriz em 30 out. 2019, 2h15m.

---

de forma visual, dividida em quatro décadas, que vão desde 1980 até o ano 2020, abordando o crescimento da universidade e consequente suas mudanças durante os anos.

*Pré-UFMA:* Buscou-se o contexto histórico e econômico da década que antecedeu o início dos cursos da UFMA na região. Cita-se a exitosa experiência do Projeto Rondon “Campus Avançado de Imperatriz – MA”, realizado por meio do convênio assinado, em 1972, entre a Universidade Federal do Paraná, Prefeitura Municipal de Imperatriz e Fundação Projeto Rondon. Em 1979 foi dado início à implantação dos cursos em Imperatriz fora da sede na capital. Nesta época o projeto de ampliação do ensino ainda não tinha diretor; à frente da instituição estava o Reitor da UFMA José Maria Ramos Martins, que ficou no cargo entre os de 1975 a 1979.

*1980 a 1990:* Em 1980 foram implementados os dois primeiros cursos da universidade, Direito e Pedagogia; dois anos depois o campus recebeu a primeira figura do diretor (embora o cargo não tivesse esse nome), José Geraldo, permanecendo na coordenação entre os anos de 1982 e 1985. Em 1981 foi criado o campus universitário cidades sedes (Resolução 08/81 Consun, de out/1981). Em 1986 foi realizada a colação de grau da primeira turma de Direito. Em 1987 foi houve a colação de grau da primeira turma de Pedagogia.

*1991 a 2000:* Em 1993 Imperatriz recebeu mais um curso, Ciências Contábeis, que formou a primeira turma cinco anos depois, em 1998. Após cinco anos de sua criação, a UFMA teve a primeira mulher à frente da instituição, a diretora Simone Regina Omizzolo, que permaneceu no cargo por sete anos, com início em 1986 permanecendo até 2002.

*2001 a 2010:* Em 2005 foi criado o Centro de Ciências Sociais, Saúde e Tecnologia (CCSST), e no ano seguinte, em 2006, foram implementados mais três cursos: Comunicação Social, Enfermagem e Engenharia de Alimentos. Com o Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), em 2010, chegaram à universidade os cursos de Licenciatura em Ciências Humanas LCH – Sociologia e Licenciatura em Ciências Naturais LCN - Biologia. Nesse período estava na direção do Centro, o diretor Antônio Jeferson de Deus Moreno, que ficou no cargo de 2003 a 2011.

*2011 a 2020:* No segundo ano da década o diretor Marcelo Donizetti Chaves assumiu a direção, saindo em 2012. Entre 2012 e 2013 a diretoria do campus foi assumida por Marcelo Soares dos Santos (pró-tempore). O professor Marcos Fábio Belo Matos foi diretor entre os

anos 2013 e 2015. Em 2013, houve a inauguração do segundo espaço físico da UFMA em Imperatriz, o campus Avançado Bom Jesus. Ano em que também abriu a primeira turma de mestrado em Imperatriz, o Programa de Pós-Graduação em Ciência dos Materiais. Neste período, em 2014, a UFMA trouxe para Imperatriz o primeiro curso de Medicina, grande demanda da região. Entre os anos de 2015 e 2017, o professor Gabriel Araújo Leite assumiu a direção do campus, cargo assumido, em seguida, pelo professor Daniel Duarte Costa. Em 2019 foi aprovado o primeiro doutorado de toda região - em Ciência dos Materiais. Também no mesmo ano foram aprovados mais quatro Programas e Pós-Graduação, os mestrados em: Comunicação; Sociologia; Formação Docente e Práticas Educacionais e o de Saúde e Tecnologia. Ainda em 2019 colaram grau os primeiros alunos de Medicina. Em 2020 a UFMA-Imperatriz comemorou 40 anos.

## O MEMORÁVEL

Além de ações que tentaram organizar a memória institucional da Universidade, foram realizadas atividades também na esfera do memorável, do comemorativo, de circulação dessa história na comunidade acadêmica e sociedade de Imperatriz, como a criação de um logotipo comemorativo, eventos alusivos aos 40 anos e divulgação do material sistematizado pelo projeto na imprensa e redes sociais.

**Fig. 2:** Alguns arquivos catalogados e disponibilizados para a comunidade acadêmica



Fonte: elaborado pelos autores (2020).

---

A equipe do projeto optou por organizar todos os documentos, entrevistas e informações reunidas e produzir um e-book, que ainda está fase de produção, com o objetivo de disponibilizar gratuitamente para que a sociedade possa compreender a história da Universidade Federal do Maranhão e entender o legado dessas quatro décadas para a cidade de Imperatriz.

Entende-se que o método da Análise Documental pode apresentar limitações, quando o conteúdo é observado fora do contexto de sua produção, mas que as entrevistas, juntamente com outras ferramentas, como o mapeamento de material acadêmico, jornalístico e iconográfico, compuseram um mosaico robusto e factual para se reconstruir o percurso disperso da história.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Percebe-se, com a experiência da realização deste projeto, que as instituições detêm a possibilidade de criação de seus próprios lugares de memória. No contexto de tanta dispersão de informação é necessário sistematizá-las na tentativa de ordenamento para a criação de referências fixas e, mais que isso, é necessário fazer um esforço para preservá-las e colocá-las novamente em circulação.

O projeto dos 40 anos de história da UFMA em Imperatriz ainda não está finalizado. Parte das atividades planejadas foram alcançadas de forma exitosa, no entanto, a pandemia de Covid-19, que alterou os planos em todo o planeta, também interferiu na efetivação das ações comemorativas, da finalização de algumas entrevistas e disponibilização para o público.

Se há um movimento cada vez mais crescente de reavivar e conservar a memória das instituições, destaca-se a especificidade das instituições de ensino superior públicas, que enfrentam dificuldades para financiar suas pesquisas e até mesmo de manter seus orçamentos anuais. Sentiu-se a necessidade de reforçar a credibilidade de seu papel junto à sociedade.

Consolidar a Memória Institucional é, na leitura que se faz aqui, reconhecer as lutas do passado e construir seu futuro a partir de convicções, reforçadas no papel que ela desempenha no presente.

No próprio brasão da Universidade Federal do Maranhão há a inscrição do trecho da Canção do Tamoio, do maranhense Gonçalves Dias: “A vida é combate!”, que muito simboliza a história da instituição, em quaisquer dos seus campi, o combate aguerrido, que não pode abater

os fracos, pois é de lutas cotidianas, com pequenas derrotas e pequenas vitórias que se desenvolve a história de uma instituição pública de ensino superior, e que merece ser preservada, lembrada, reconhecida e referenciada.

## REFERÊNCIAS

- BARRETO, Aldo de Albuquerque. A questão da informação. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8., n. 4, 1994. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/index.php?men=rev&cod=2050>. Acesso em: 06 jul. 2020.
- CELLARD, A. A Análise Documental. In: POUPART, J. *et al.* (Orgs.). **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 295-316.
- DODEBEI, Vera Lucia Doyle; GOUVEIA, Inês. **Memória do futuro no ciberespaço: entre lembrar e esquecer**. Datagramazero, Rio de Janeiro, v. 9, p. 1-12, 2008.
- DUARTE, J. Entrevista em Profundidade. In: DUARTE, Jorge (Org); BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FLICK, U. **Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2004.
- FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO. Documento - Projeto de implantação de cursos fora da sede, 1978.
- HUYSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- NASSAR, PAULO. **Reputação é memória**. 2007. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/trabalhos/nassar-completo.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2020.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 10, 1993. Disponível em <https://revistas.pucsp.br/revph/article/download/12101/8763>. Acesso em: 02. set. 2020.
- RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BARBOSA, Marialva. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. **Comunicação & Sociedade**, n. 47, p. 99-114, 2007.
- RUEDA, V. M. S; Freitas, A; Valls, V. M. Memória Institucional: uma revisão de literatura. **CRB-8 Digital**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 78-89, abr. 2011. Disponível em: <http://revista.crb8.org.br>. Acesso em: 15. set. 2020.

---

**O espaço destinado à mulher negra no telejornalismo:  
sub-representação nos telejornais brasileiros**

**The space for black women on television:  
underrepresentation in television news**

Laura Ferreira de ABREU<sup>94</sup>  
Rosângela Ferreira de Carvalho BORGES<sup>95</sup>

**RESUMO**

Considerando que a mulher negra é sub-representada em diversas esferas, como no telejornalismo, esse artigo busca estudar a participação da mulher negra no telejornalismo e gerar reflexões sobre essa participação, através de um mapeamento das âncoras negras que se sentam nas bancadas de diversos telejornais do Brasil. Foi possível observar com a pesquisa que a mulher negra é, de fato, minoria nas apresentações dos telejornais.

**PALAVRAS-CHAVE**

Mulher negra; Telejornalismo; Âncora; Sub-representação.

**ABSTRACT**

Considering that the Black woman is underrepresented in several spheres, such as in television news, this article seeks to study the participation of Black women in television news and generate reflections on this participation, through a mapping of black anchors who sit on the benches of several news programs in Brazil. It was possible to observe with the research that the black woman is, in fact, a minority in the presentations of the news.

**KEYWORDS**

Black Woman; TV journalism; Anchor; Underrepresentation.

---

<sup>94</sup> Recém-graduada em jornalismo pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG); e-mail: [lferreira.a.lfa@gmail.com](mailto:lferreira.a.lfa@gmail.com)

<sup>95</sup> Orientadora do trabalho. Professora vinculada a Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG); e-mail: [rosangela.borges@uemg.br](mailto:rosangela.borges@uemg.br)

---

## INTRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

Existente há 70 anos no país, a televisão se consolidou como um dos meios midiáticos/de comunicação mais presentes nas casas dos brasileiros, de acordo com o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.<sup>96</sup> Nascida em 1950, quando a precursora TV Tupi foi instaurada, a televisão transformou a realidade do país através da imagem. Com seu advento, eclode o telejornalismo brasileiro que, posteriormente, se tornaria o meio dominante da informação.

Aliado ao nascimento da televisão surge o primeiro telejornal brasileiro, o “*Imagens do Dia*” da pioneira TV Tupi. Após 19 anos, a TV Globo estreia o *Jornal Nacional*, o primeiro programa com transmissão nacional (PATERNOSTRO, 1999, p. 31). A história da TV salta 27 anos para que a bancada do JN tenha a sua primeira apresentadora, Valéria Monteiro, e mais 23 anos para que a primeira apresentadora negra apresente o jornal, Maria Júlia Coutinho, conhecida popularmente como Maju.

Mais de 70 anos separam o início do telejornalismo no país da atualidade e muita coisa mudou no modo de passar as informações. Porém, apesar do tempo significativo de história telejornalística e tendo-se em vista que 56% da população do país é considerada negra e parda, segundo dados do IBGE<sup>97</sup>, a presença de jornalistas negros ainda é a minoria nas produções e apresentações dos telejornais da TV aberta.<sup>98</sup>

Apesar de insuficiente e tardiamente, é possível perceber que nos últimos anos a inserção de mulheres negras nesse espaço cresceu, no entanto, é necessário entender que essa participação ainda é minoria.

Diante do exposto, é necessário discutir a problemática: qual é o espaço midiático que esse veículo de comunicação destina às mulheres negras? Acerca disso, o trabalho se propõe a mapear e discutir a presença da mulher negra no telejornalismo. A necessidade do estudo se

---

<sup>96</sup> Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-denoticias/releases/25700-pnad-continua-2018-10-da-populacao-concentram-43-1-da-massa-de-rendimentos-do-pais>. Acesso em: 15 out. 2019.

<sup>97</sup> Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403>. Acesso em: 02 fev. 2021.

<sup>98</sup> Disponível em: <http://vaidape.com.br/2017/06/pesquisa-apresentadores-negros-na-televisao/>. Acesso em: 11 set 2020.

corroborar, pois nota-se que a presença da jornalista negra nas apresentações de telejornais ainda é inconsistente no país.

Segundo estudo realizado por Fernanda Leite Aureliano e Fernando Firmino da Silva (2015), no artigo “*A Padronização Estética das Apresentadoras dos Principais Telejornais Brasileiros*”, é possível constatar que 86% das apresentadoras são brancas e 14% são consideradas pardas. Sobre isso, os autores informam que o corpo presente no telejornalismo é aquele que faz parte do estereótipo social.

Desde esta análise, realizada em 2015, até os dias atuais, verificam-se poucas inserções de mulheres negras nos telejornais. O caso mais recente, e de grande destaque, foi o da jornalista Maju Coutinho, antes apresentadora da previsão do tempo do Jornal Nacional, da Rede Globo, para âncora do Jornal Hoje, da mesma emissora. Esta promoção da jornalista não foi imune a atos racistas, mas o resultado da contratação de Maju foi motivo de comemoração para a comunidade negra. Hoje, a jornalista é apresentadora do programa Fantástico aos domingos.

Contudo, a escalção da Globo, apesar de recente, ocasionou comentários, fazendo-se indagar sobre o racismo estrutural presente no país, que torna a figura do negro “um ser sem credibilidade”. Em uma matéria publicada pelo portal UOL<sup>99</sup>, assinada pelo jornalista Daniel Castro, os erros do programa de estreia no Jornal Hoje de Coutinho são contados. Este tipo de repercussão, entretanto, não é recorrente sobre jornalistas brancos, tendo o objetivo de desqualificar os negros.

## **1. O PAPEL DO ÂNCORA**

A função do âncora, como se conhece hoje, surge no país com o telejornal TJ Brasil, em 1988, do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), até a data de estreia os apresentadores eram quase que locutores das notícias, visto que muitos migravam do rádio para a TV. O jornalista Boris Casoy importa dos Estados Unidos o estilo e “o tratamento opinativo que imprimiu ao programa representou muita das vezes o sentimento da população. A presença do âncora e a credibilidade do jornal suprimiram a deficiência dos recursos técnicos da emissora”

---

<sup>99</sup> Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/daniel-castro/nervosismo-de-maju-coutinho-no-jornal-hojeacende-alerta-na-globo-30001>. Acesso em: 15 de out de 2019

---

(PATERNOSTRO, 1999, p. 37). Com o resultado positivo do estilo de Casoy, as emissoras começam a compreender a importância do âncora para os telejornais e, ainda, a necessidade de um jornalista que participasse do processo de criação e produção para aumentar a credibilidade.

O âncora é o “rosto” do telejornal no qual trabalham. Isso é, o rosto do âncora se associa diretamente ao veículo em que ele trabalha e, conseqüentemente, carrega a credibilidade deste meio. É corriqueiro dizer “aquele telejornal que tem tal apresentador” ao invés do nome do programa. Camila Pérez Gonçalves da Silva, citando Barbeiro e Lima, em seu artigo “*Âncora: posturas e evolução de uma atividade jornalística*”, destaca que o âncora “integra um processo para contar a uma parte da sociedade o que a outra está fazendo. Não é a estrela do telejornal, mas é o rosto mais conhecido e familiar do telespectador” (SILVA, 2009, p. 2).

Justamente por ser esse rosto familiar do público, os âncoras são vistos como celebridades. Eles passam de transmissores de notícias para a própria notícia. Aparecem em capas de jornais, revistas e em sites de fofocas. Suas vidas se transformam em um verdadeiro espetáculo. Para Hagen (2006, p. 2),

quando estão na TV – ambiente visto como espetaculoso –, no desempenho do papel de apresentadores, ocupam o espaço do real, sendo amparados e legitimados pelo “discurso da verdade” presente no jornalismo. Paradoxalmente, fora do universo televisivo, constroem uma vida espetacular, justamente no que o senso comum convencionou chamar de “vida real”.

Para além de apenas informar, o âncora, com as suas características semelhantes ao de uma celebridade, acaba tendo influência no cotidiano dos telespectadores. É perceptível isso na moda. Muitas pessoas – mulheres, principalmente, pois são as mais afetadas pelo mercado da moda –, acabam desejando as roupas das apresentadoras. Para Hall (2010, p. 308), a televisão é o meio de comunicação dominante quanto à representação e discurso social e, muito desse poder, é devido a sua característica visual e documentária. É “a janela para o mundo”.

Os âncoras são apontados como profissionais essenciais ao telejornalismo, pois é por meio da sua interação com o público, pela forma de se expressar, pela aparência e estilo que eles se tornam íntimos dos telespectadores e seguem a linha editorial, consolidando a credibilidade das notícias (CARDOSO, CHINELATO; COUTINHO, 2013, p. 3).

Sendo o âncora uma figura televisiva, é necessário entender que a televisão atua em três lugares de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. É o primeiro que pode explicar o efeito da televisão, e dos âncoras (uma vez que esses estão dentro desse meio), na sociedade. A família é a unidade que representa a maior parcela da audiência televisiva, pois “a cotidianidade é uma interpelação fundamental para os setores populares”. (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 293).

Ainda segundo Martín-Barbero (1997), este meio recorre a dois intermédios fundamentais: um personagem do espetáculo popular- por exemplo, um apresentador-animador, que pode ser encontrado em diversos programas, inclusive nos noticiários-, e o tom coloquial com o qual se comunica. O apresentador-animador não é apenas um mero transmissor de informações, mas o interlocutor que transforma a família em seu interlocutor. Parte daí o tom coloquial adotado pelo meio e a sensação de um diálogo familiar, em que tudo é próximo do telespectador.

## 2. O PAPEL DA MÍDIA

Ao introduzir a questão dos âncoras, faz-se necessário o delineamento dos meios de comunicação e a sua relação com a sociedade, visto que o objeto de estudo desta pesquisa se encontra nessa esfera. Quando se pensa em mídia/meios de comunicação, é fundamental que esse pensamento venha acompanhado do poder que essa esfera exerce na sociedade. Deve-se pensar a mídia como um meio onde os imaginários sociais são reproduzidos e responsáveis por formatar e transformar o pensamento social.

Acerca disso, Muniz Sodré acrescenta a ideia de Aristóteles sobre as esferas existenciais (política, de prazeres e do conhecimento) um quarto *bios*: o mediático. Para o autor, o *bios* mediático é a sociedade em trânsito em que se vive hoje, com isso, “a informação é o solo em que é feita a sociedade contemporânea”<sup>100</sup>. A sociedade moderna está concentrada na virtualidade, não há indistinção entre o real e a tela.

Sendo assim, fica explícito o quanto a mídia tem poder de interferência na sociedade atual. É ela, a mídia, que dissemina informações, molda os modos de vida, constrói e mantém

---

<sup>100</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Af5\\_KX0cp8Y](https://www.youtube.com/watch?v=Af5_KX0cp8Y). Acesso em: 20 de jan de 2021.

---

imaginários sociais, pois “as imagens midiáticas que regem as relações sociais provêm dos modelos hegemônicos do capital e dos mercados globais” (SODRÉ, 2013, p. 108).

Por isso, é necessário entender esse poder midiático e que nenhum discurso veiculado pelos meios de comunicação é neutro, sejam eles através de imagens ou palavras. Ao associar a imagem de um negro a coisas negativas, a mídia ajuda a perpetuar o discurso simbólico e o signo do negro ligado a coisas ruins. Fazendo o contrário, a mídia permite que o papel social e o espaço do negro seja repensado, por isso, a imagem de mulheres negras apresentando telejornais é simbólico.

Sobre os estereótipos, Sodré diz que eles são “emoções coletivas esteticamente condensadas, nos territórios imateriais do bios midiático”, se prevalece porque vem de um real manipuladamente construído, se tornando uma cultura de emoções e sensações, tornando a experiência mais afetiva” (SODRÉ, 2013, p. 109).

A mídia, como instituição, faz parte de uma estrutura racista e, sendo assim, reproduz e cria estereótipos raciais que ajudam na manutenção do racismo estrutural. À vista disso, se faz necessário que os meios de comunicação revertam essa lógica e criem ambientes antirracistas, tendo em vista que

A mídia funciona no nível macro como um gênero discursivo capaz de catalisar expressões políticas e institucionais sobre as relações inter-raciais, em geral estruturadas por uma tradição intelectual elitista que, de uma maneira ou de outra, legitima a desigualdade social pela cor da pele. (SODRÉ, 1999, p. 243)

Sodré diz que dentro da própria mídia, seja ela impressa, radiofônica, agências de publicidade etc., se organizam “elites intelectuais”, especializadas na neo retórica do discurso público. Fazem parte dessas elites os âncoras, além de outros profissionais igualmente mediatizados. Estes operam também como uma espécie de “grupo técnico da imaginação”, responsáveis pela absorção, reelaboração e retransmissão de um imaginário coletivo atuante nas representações sociais”. Esse imaginário social é importante para se compreender as representações negativas dos negros (SODRÉ, 1999, p. 244).

Ainda segundo Sodré, os ideais racistas do imaginário social são reproduzidos pelas elites tradicionais de maneira mais sutil através do discurso “mediático-popularesco”. Sendo

---

assim, o autor explica que o racismo mediático é suscitado através da negação, do recalçamento, da estigmatização e da indiferença profissional (SODRÉ, 1999, p. 246).

Outro apontamento sobre a mídia é de Mikhail Bakhtin (2009), que parte do princípio de que todo ato comunicativo é contextual, portanto situado por sujeitos, instituições, tempos e espaços definidos e que a linguagem é construtiva e construtora do real, que faz um diálogo entre as classes sociais e as culturas.

Depreende-se, a partir disto, que a mídia é uma produtora de consentimento, visto que o poder não é exercido apenas pelo consenso, mas também pelo compartilhamento de valores, visões de mundo, conceitos éticos e estéticos, padrões comportamentais e socioculturais. Portanto, é um campo privilegiado de forças e disputas pela hegemonia e pelo processo dialético de produção de consentimento, que reflete e refrata tais forças e disputas no nosso cotidiano.

Ampliando a discussão sobre a linguagem transmitida pelas mídias, uma discussão importante que deve ser fomentada é como a objetividade do jornalismo pode silenciar trajetórias de jornalistas negras e mulheres. Em seu artigo *“Mulher Negra e Repórter: atravessamentos entre gênero, raça, subjetividade e telejornalismo na trajetória de Glória Maria”*, a autora Valéria Vilas Bôas analisa como os âmbitos de subjetividade, jornalismo, raça e gênero atravessam a trajetória da jornalista. Para iniciar a discussão, Bôas (2020) indica que no início a imagem de Glória Maria remetia pouco a sua posição de mulher negra em uma sociedade racista e machista. Isso se deve justamente a ideia de objetividade, separando o sujeito da profissão.

Avançando na discussão, pode-se entender o telejornalismo como instrumento do sistema opressivo que também atravessa os sujeitos em aspectos de raça e classe. Sendo assim, é a construção da linguagem do telejornalismo que dialoga com a “rejeição institucionalizada da diferença”, que pode ser identificada pelos padrões estéticos adotados primeiramente pelos homens – uma vez que eram a maioria no meio televisivo – e depois pelas mulheres (VILAS BÔAS, 2020, p. 181). Sobre isso, Sueli Carneiro (2019) destaca a importância do telejornalismo como operante na criação de sentidos.

Se partimos do entendimento de que os meios de comunicação não apenas repassam as representações sociais sedimentadas no imaginário social, mas também se instituem como agentes que operam, constroem e reconstróem no

---

interior da sua lógica de produção central na cristalização de imagens e sentidos sobre a mulher negra. (CARNEIRO, 2019, p. 282).

Quando se aprofunda sobre as trajetórias de mulheres negras no país, é necessário chegar à raiz da problemática: a intersecção de raça, gênero e classe que atinge este grupo. As mulheres negras carregam alguns estereótipos que se conversam e são responsáveis por mantê-las em condições de subalternidade. Há uma intersecção discriminatória em três âmbitos sociais: o primeiro por ser uma mulher em uma sociedade machista; o segundo por ser negra em uma sociedade racista e o último por ser pobre em uma sociedade capitalista e de classes, como exposto pela Antonia Aparecida Quintão, no livro “Espelho Infiel – o negro no jornalismo brasileiro”. A mulher negra esbarra, ainda, em uma hierarquização de gênero e raça, em que, nos espaços políticos e econômicos, o privilégio é dado primeiramente ao homem branco, seguido pela mulher branca, chegando no homem negro e, por último, na mulher negra (QUINTÃO, 2004, p. 51).

Para Kimberle Crenshaw (2002), que estuda especificamente a intersecção na justiça social, as vivências das mulheres negras não podem ser tratadas separadamente nas categorias de discriminação racial e de gênero, uma vez que são um grupo sobreposto. Sem essa visão, há uma manutenção da exclusão.

Em suma, são esses fatores que fazem com que as mulheres negras permaneçam à margem da sociedade e ocupem cargos inferiores de trabalho. Ora não é uma mera coincidência que os telejornais sejam apresentados majoritariamente por pessoas brancas, isto é resultado de anos de sexismo, racismo e até mesmo da operação do capitalismo na sociedade. Como elucida Sueli Carneiro (2011, p. 109) na declaração pró-Conferência de Racismo da III Conferência Mundial contra Racismo, Xenofobia e Formas Correlatas de Intolerância, essa intersecção

produz sobre as mulheres negras uma espécie de asfixia social com desdobramentos negativos sobre todas as dimensões da vida, que se manifestam em sequelas emocionais com danos à saúde mental e rebaixamento da autoestima; em uma expectativa de vida menor, em cinco anos, em relação à das mulheres brancas; em um menor índice de casamentos; e sobretudo no confinamento nas ocupações de menor prestígio e remuneração.

Para além dessas questões, há também a problemática de classes. A mulher negra é discriminada por ser negra, mulher e por, geralmente, ocupar posições na base da sociedade. Sabemos que os negros são os maiores ocupantes nas taxas de pobreza<sup>101</sup>, resultado direto da escravidão e dá falta de políticas públicas para a inserção do negro na sociedade após a abolição da escravatura. No artigo “*As mulheres negras na construção de uma nova utopia*”, publicado no site Geledés, Angela Davis (2011), argumenta que a raça é informada pela classe e vice-versa. Gênero também é um elemento informativo da classe.

Raça é a maneira como a classe é vivida. Da mesma forma que gênero é a maneira como a raça é vivida. A gente precisa refletir bastante para perceber as intersecções entre raça, classe e gênero, de forma a perceber que entre essas categorias existem relações que são mútuas e outras que são cruzadas. Ninguém pode assumir a primazia de uma categoria sobre as outras.

Com isso, em uma sociedade marcada pela extrema desigualdade social onde os que possuem um poder aquisitivo melhor, são aqueles com melhores oportunidades, a correlação entre a carência de jornalistas negras no país e o baixo grau de escolaridade e a classe social da maioria do grupo que, por vezes, não consegue inserção em espaços elitizados, como o acadêmico, é explicada.

### 3. METODOLOGIA

Para encetar a pesquisa, foi realizado um mapeamento em junho de 2020 de todas as mulheres negras que estavam atuando como âncora e aquelas que já se sentaram nas bancadas dos telejornais mais assistidos do país. Para tal, foi feito um levantamento utilizando os resultados da Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 para delimitar o *corpus* de análise. O *corpus* de análise foi constituído através de pesquisas nos sites das emissoras, na programação dos telejornais e em pesquisas na internet em geral. Um obstáculo percebido foi em relação ao mapeamento histórico, dado que apenas a TV Globo possui um site com informações antigas

---

<sup>101</sup> Disponível em: <https://fpabramo.org.br/2018/11/30/negros-sao-78-entre-os-mais-pobres-e-somente-25-entre-s-mais-ricos/>. Acesso em: 20 out. 2020.

de seus programas. Esse impasse fez com que fosse mapeado apenas uma parcela das mulheres que já apresentaram os telejornais ao longo dos anos.

Os canais abertos escolhidos para serem analisados foram a TV Globo, TV Cultura, Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), TV Record e TV Bandeirantes (Band), tendo como base que são os que possuem os telejornais com as maiores audiências de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016. Ainda, foi incorporado ao *corpus* de análise duas emissoras de rede fechada, a Globo *News* e a CNN Brasil, por considerar que ambas também possuem uma audiência significativa.

Juntos, foram analisados 50 telejornais, sendo 36 da rede aberta e 14 dos canais fechados. Para efeito de recorte, foi considerado apenas os telejornais do eixo Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais, uma vez que a produção jornalística é mais intensa nessas localidades. Ademais, é também onde se concentra a maior parcela de jornalistas do país (56,50%), como indica a pesquisa “O Perfil do Jornalista Brasileiro em 2018”<sup>102</sup>. Foi estudado, também, apenas as âncoras fixas do quadro de telejornais.

Portanto, foram analisados 19 telejornais da rede Globo, dois da TV Cultura, sete da TV Bandeirantes (Band), cinco da Record, três do SBT, sete da CNN Brasil e sete da Globo *News*.

Para se ter um parâmetro, ainda, sobre o histórico de mulheres negras que já passaram pelas bancadas dos telejornais, foi realizado outro mapeamento no qual foi pesquisado aquelas mulheres que já apresentaram os telejornais das emissoras citadas acima. Para efeito de delimitação da pesquisa, foram analisados todos os telejornais da Globo e Globo *News*- uma vez que ela é a única emissora que disponibiliza um acervo sobre a história de seus programas, sendo eles o Jornal Nacional, Jornal Hoje, Jornal da Globo e o Jornal das Dez. Das outras emissoras, foram analisados os principais telejornais, como o Jornal da Band, Jornal da Cultura, Jornal da Record e SBT Brasil. A emissora CNN Brasil não entrou nesse recorte de análise, pois estreou no país em 2020.

#### **4. RESULTADOS: QUEM SÃO AS MULHERES NEGRAS QUE SÃO ÂNCORAS?**

---

<sup>102</sup> Disponível em: <https://apexconteudo.com.br/o-perfil-do-jornalista-brasileiro-em-2018/>. Acesso em: 18 de ago. 2020.

---

Dos telejornais analisados, identificamos que em 36 há a presença feminina nas bancadas, sendo que em 16 as mulheres compartilham a ancoragem com um homem e em quatro elas dividem bancada com outras parceiras. Agora, quando analisamos as mulheres negras que apresentam os telejornais, esse número cai para oito, o que representa 23% do total. Com isso, a nossa hipótese é confirmada: o espaço destinado às jornalistas negras no jornalismo televisivo ainda é insuficiente. As mulheres negras não representam nem 30% das jornalistas que passam as notícias, mesmo sendo a maioria na população brasileira.

Quando se discrimina por emissora, tem-se na TV Globo a âncora negra que é mais conhecida pelos telespectadores, a Maju Coutinho, que comandava o Jornal Hoje, um telejornal diário transmitido das 13h25 às 14h45. Já à frente da apresentação do MG1 está a jornalista Aline Aguiar, o telejornal vai ao ar ao meio-dia e é transmitido para a região de BH e de abrangência da TV Globo Minas. Por último, há Glória Maria na apresentação do Globo Repórter. Apesar de não ser um telejornal no modelo convencional, este último foi considerado devido a sua audiência expressiva.

Joyce Ribeiro é a única negra no quadro de âncoras da TV Cultura. Ela faz a apresentação do telejornal Jornal da Tarde, que vai ao ar diariamente ao meio-dia. Outros canais que também possuem apenas uma negra apresentando seus telejornais são a Band e a Record. Na Band, Cynthia Martins é quem apresenta o Jornal Band Notícias, que é transmitido diariamente no horário nobre, às 22h. Já na Record, tem-se Salcy Lima apresentando o Fala Brasil, jornal matinal que vai ao ar às 8h30. O SBT é o único que não possui nenhuma âncora negra na sua programação.

Nas emissoras fechadas, há na novata CNN Brasil a jornalista Luciana Barreto, que apresentava o Visão CNN, transmitido às 12h45. Já na Globo News, Aline Midlej é a única jornalista negra apresentando um telejornal, no jornal Globo News edição das 10h.

Do *corpus* de análise do segundo mapeamento, o histórico, observou-se que já passaram pelo menos 61 mulheres em nove telejornais analisados. Desse quantitativo, apenas seis são negras, um percentual de 9,83%, são elas: Joyce Ribeiro, Maria Julia Coutinho, Anna Davies, Maria Helena Santos (Lena Santos) e Aline Aguiar. Algumas ainda permanecem na ancoragem de telejornais, como citado anteriormente. Assim, fica evidente novamente que a mulher negra sempre foi minoria nesse espaço.

---

A jornalista Cynthia Martins é a única, deste *corpus* de análise, que apresenta no horário tido como nobre. Além disso, é interessante destacar que ela também é a única que utiliza, por vezes, tranças para apresentar o jornal. Salcy Lima e Glória Maria são as que utilizam cabelos lisos e, as outras, cabelos cacheados e crespos.

É interessante analisar a questão do cabelo das âncoras, pois uma vez que o cabelo crespo/trançado/cacheado é extremamente marginalizado na sociedade através do racismo recreativo (xingamentos e piadas), o uso desses cabelos na televisão se torna um símbolo de representação para as mulheres negras telespectadoras. Essa questão se torna ainda mais significativa quando se tem o relato da Lena Santos- informado pela irmã Maria da Conceição dos Santos (Zora Santos) ao coletivo Lena Santos, de jornalistas negros de Minas Gerais-, que não podia usar tranças e roupas coloridas para apresentar o Jornal Hoje edição MG (atual jornal MGTV). Apesar de nos últimos anos ser possível observar a aparição de mais mulheres de trança, sobretudo nas funções de repórteres, ainda é um processo muito tímido.

Como já apontava Nilma Lino Gomes (2008), o corpo e o cabelo são representações sociais e da beleza do negro no país e permitem a construção social, cultural, política e ideológica. O cabelo afro é um ícone identitário, uma expressão da sua negritude, sendo essa estética inseparável do campo político e econômico. Sendo assim, o cabelo do negro é um signo na sociedade, que comunica e informa as relações raciais. Quando um negro muda o seu cabelo, através de progressivas ou processos alisantes, por exemplo, isso pode significar que ele está tentando sair do lugar de inferioridade ou de introjeção deste, visto que os cabelos afros (cacheados, crespos, trançados) são constantemente marginalizados.

Através dos dois mapeamentos, observou-se que a inserção da mulher negra é recente no telejornalismo brasileiro. Ainda que tenha figuras mais velhas, como Glória Maria, as jornalistas negras estão começando a ocupar de modo mais significativo conforme a conversa sobre o assunto aumenta, tem-se como exemplo Maju Coutinho, que foi a primeira a ocupar a bancada do Jornal Nacional, e Aline Aguiar, que foi a segunda a sentar nessa bancada. Além disso, é insuficiente para representar a grande parcela de negras que há no país, visto que o meio que possui mais visibilidade e audiência do estudo é a TV Globo, com apenas três âncoras negras que, conseqüentemente, são as mais conhecidas pelos telespectadores.

Verificou-se, ainda, que essas mulheres negras citadas na pesquisa são engajadas socialmente e se posicionam sobre casos de racismo, o que colabora, também, para a conscientização de seus telespectadores. Tendo a televisão como meio difusor e a figura do âncora que é glamourizada, as mulheres negras que apresentam os telejornais ajudam na construção de um imaginário social positivo vinculado à mulher negra e se transformam em referências para as telespectadoras negras.

No entanto, ao comparar com o percentual da população negra, o grupo ainda é sub-representado, é resultado direto do racismo estrutural, que não permite que os negros alcancem os locais de poder, como a televisão. A sub-representação produz, ainda, um sentimento negativo nos telespectadores negros que nunca se enxergam nessas esferas. É um meio de reforçar que aquele lugar não deve ser ocupado por esse grupo.

Outro ponto observado através do mapeamento é que as mulheres negras que ocupam as bancadas não estão isentas de sofrer racismo só porque conseguiram adentrar a um espaço embranquecido, tem-se como exemplo o caso da Maju Coutinho<sup>103</sup>.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A deslegitimação que a mulher negra sofre nas esferas raciais, de gênero e classistas faz com que ela não consiga acessar a espaços elitizados e historicamente brancos. A mídia, destaque para a televisão, sendo um local de poder na sociedade, é um desses espaços.

Em subversão a essa lógica, algumas mulheres negras conseguem quebrar o ciclo de discriminação e adentrar a esses espaços. No entanto, são sempre minoria, por mais que sejam a maioria no quantitativo da população brasileira.

A falta de representatividade de mulheres negras nesses locais contribui para a manutenção e criação do imaginário social racista que associa negros a lugares subalternos. Esses imaginários, além de produzirem uma discriminação, afetam a autoestima e autoaceitação dos negros, promovendo um sentimento de não pertencimento e negação do espaço.

---

<sup>103</sup> A apresentadora foi vítima de injúria racial e racismo nas redes sociais, em 2015. O caso ganhou grande repercussão nacional na época, nas redes sociais as hashtags #SomosTodosMajuCoutinho foram amplamente utilizadas, inclusive por celebridades e outros apresentadores, como William Bonner.

Contudo, nada adianta a representatividade em massa de ícones negros se essa ação não vier junto de políticas públicas de inserção, manutenção e projeção dos negros nesses locais elitizados.

Com esse trabalho podemos perceber o quanto as mulheres negras são minorias nos telejornais. E mais, o quanto elas são interpostas a problemas de (in)visibilidade e racismo mesmo estando em veículos de prestígio. Há sempre outros obstáculos para as mulheres negras quando essas alcançam espaços de poder.

## REFERÊNCIAS

AURELIANO, F; SILVA, F. A Padronização Estética das Apresentadoras dos Principais Telejornais Brasileiros. In: XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1432-1.pdf>. Acesso em: 15 out. 2019.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2016.

CARDOSO, L; CHINELATO, S; COUTINHO, I. As mudanças na bancada do Jornal Nacional. ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 9., 2013, Juiz de Fora. **Anais** [...]. Juiz de Fora: Alcar, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontrosnacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/as-mudancas-na-bancada-do-jornal->. Acesso em: 19 set. 2020.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento: contribuições do feminismo negro. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de. **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Rio de Janeiro: Bazar dos Tempos, 2019.

CARNEIRO, Sueli. **Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2011.

CRENSHAW, Kimberle. "Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero". **Estudos Feministas**, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

DAVIS, Angela. **As mulheres negras na construção de uma nova utopia**, 2011. Disponível em: [www.geledes.org.br/as-mulheres-negras-na-construcao-de-uma-nova-utopia-angela-davis/](http://www.geledes.org.br/as-mulheres-negras-na-construcao-de-uma-nova-utopia-angela-davis/). Acesso em: 9 out. 2020.

GOMES, Nilma. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. 2008. Disponível em: [http://titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos\\_textos\\_sociologia/Negra.pdf](http://titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos_textos_sociologia/Negra.pdf). Acesso em: 9 out. 2020.

HAGEN, Sean. Jornalismo, mito e linguagem: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrela. In: VIZEU, Alfredo. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às Mediações – Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

PATERNOSTRO, Vera. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

---

SILVA, Camila. Âncora: posturas e evolução de uma atividade jornalística. **Revista Temática**, ano V, n.06, junho, 2009.

SODRÉ, Muniz. Bios mediático. **Revista Dispositiva**, v. 2 n. 1 (2013): maio/out. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/6093>. Acesso em: 10 dez .2020.

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Rio de Janeiro, Vozes, 1999.

VILAS BÔAS, V. M. Mulher, Negra e Repórter: atravessamentos entre gênero, raça, subjetividade e telejornalismo na trajetória de Glória Maria. In: **Revista Eco-Pós**, 23(3), 165–184, 2020. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/27620](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27620). Acesso em: 4 ago. 2022.

---

**Redes sociais e o mito da beleza:  
um estudo sobre a imagem feminina na era digital**

**Social networks and the beauty myth:  
a study on the female image in the digital age**

Amanda da Solidade SILVA<sup>104</sup>  
Nívea Pimenta BRAGA<sup>105</sup>

**RESUMO**

O trabalho tem como objetivo analisar a percepção de jovens mulheres em relação à construção da imagem feminina no contexto das novas mídias. Foram entrevistadas mulheres de 18 anos, residentes do Distrito Federal, a fim de coletar suas impressões sobre beleza e hábitos de consumo nas redes. Utilizou-se a metodologia de análise de conteúdo. Os resultados mostraram um expressivo impacto negativo das mensagens veiculadas em relação à autoestima, ainda que as entrevistadas se sintam positivamente representadas pelos perfis femininos na rede.

**PALAVRAS-CHAVE**

Feminismo; Beleza. Redes Sociais; Mito da Beleza.

**ABSTRACT**

The paper aims to analyze the perception of young women in relation to the construction of the female image in the context of new media. 18-year-old women, residents of the Federal District, were interviewed in order to collect their impressions about beauty and consumption habits on the networks. The content analysis methodology was used. The results showed a significant negative impact of the messages conveyed on self-esteem, even though the interviewees feel represented positively by the female profiles on the network.

**KEYWORDS**

Feminism; Beauty; Social Networks; Beauty Myth.

---

<sup>1</sup> Estudante do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário IESB, e-mail: [amandasolfotografia@gmail.com](mailto:amandasolfotografia@gmail.com)

<sup>2</sup> Professora do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário IESB; Doutora em Psicologia pela Universidade de Brasília (UnB), e-mail: [npbraga@hotmail.com](mailto:npbraga@hotmail.com)

---

## INTRODUÇÃO

A consolidação das novas mídias no contexto da comunicação social, notadamente a partir de sua rápida expansão na virada do século XX para o século XXI, contribuiu para a emergência de contextos mais interativos, horizontais e bidirecionais (PRIMO, 2006; SODRÉ, 2009). Neste novo paradigma, em que a comunicação passa a ser fortemente mediada pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs), observa-se um acesso mais amplo à informação, liberação do polo de emissão, reconfiguração e intensa permeabilidade de uma mídia por outra (LEMOS, 2005). Atores sociais diversos, entre eles as mulheres, têm mais alcance, espaço para expressar suas ideias e opiniões, em especial por meio das redes sociais.

Desta forma, houve a emergência de vários atores sociais, que passaram a ter mais espaço para expressar suas opiniões, exporem seus pontos de vista, notadamente por meio das redes sociais. Estas trouxeram alcance global, formas multimodais e a possibilidade de conectar pessoas em tempo real, compartilhar informações, hábitos, conhecimentos e assuntos de interesses. Os principais resultados de estudos recentes apontam para uma circulação limitada dessas notícias, principalmente dentro de núcleos ideológicos favoráveis e uma forte ação de determinados tipos de usuários no seu espalhamento (RECUERO; GRUZD, 2019). Apesar do caráter de entusiasta da democratização proporcionada pelas redes, a velocidade de circulação e a emissão livre de opiniões, nem sempre balizada por especialistas, também contribui para a emergência de preconceitos e opiniões que podem não se debruçar na veracidade.

Em relação ao conteúdo feminino nas redes sociais, a liberação do polo de emissão não somente deu a muitas mulheres o acesso à informação, mas também proporcionou a elas maior alcance de suas ideias e expressões. Com a universalização do acesso à internet em larga escala, as pessoas puderam ter maior acesso às redes sociais, dando assim mais possibilidades para que os perfis, hoje chamados de *digital influencers*, pudessem alcançar o seu público-alvo, transformando o que eram números de audiência em números de seguidores e *likes*. O excesso de informação proporcionado pela internet, devido a rapidez de disseminação e produção de conteúdo, faz com que as pessoas tenham em suas telas os mais diversos conteúdos a todo o momento. Exemplo claro é o movimento feminista que ganhou as redes sociais e fez ecoar suas ideias no ambiente digital (COELHO, 2016).

---

Baseando-se nesta conjuntura teórica, o presente estudo busca traçar um paralelo entre o uso de redes sociais e a autoestima de mulheres de 18 anos, residentes no Distrito Federal, a partir de entrevistas presenciais. De forma qualitativa, foi possível utilizar-se do método de análise de conteúdo, segundo os pressupostos de Bardin (2016), aprofundando a compreensão de outros fatores que possam ser contributivos na construção da percepção das entrevistadas diante do tema proposto. Além do arcabouço metodológico, levanta-se uma apresentação descrita dos dados obtidos por meio das entrevistas e da análise destes. Por fim, busca-se tecer alguns comentários e observar as contribuições sobre a amostra analisada, ponderando as especificidades desta, do estudo e seu possível aprofundamento futuro.

## **DESENVOLVIMENTO**

A relação mulher, beleza e consumo é antiga. As empresas, por meio da propaganda, também encontraram no meio digital uma forma de se fazerem presentes. É notório o estreitamento do relacionamento com seu público-alvo por meio de influenciadores digitais, já que o meio das redes sociais se tornou um ambiente favorável para alcançar tal objetivo.

Aliado a isso, a criação do perfil de *digital influencers*, sendo estes agentes influenciadores, pessoas que possuem o poder de influenciar sobre determinado assunto, proporcionou uma forma diferenciada de propaganda, trazendo ao possível consumidor a ideia da experiência vivida e indicação direta. Isso pode ser usado como forma de construção e reforço de padrões para aumento de vendas de produtos específicos, principalmente no que diz respeito ao ramo estético e da moda.

Uma pesquisa realizada pelo instituto TNS Kantar (2017) apontou que as mulheres brasileiras passam em média 8 horas por dia no celular – 5 horas a mais que a média global –, e tem maior confiança no *e-commerce*, o que as motiva a fazer mais compras *online*, fazendo com que as estratégias nas mídias sociais utilizadas pelas grandes empresas tenham eficácia.

Estudo conduzido pela McAfee em 2022 revela que os jovens brasileiros são os mais conectados do mundo. Foram entrevistados 12 mil usuários de redes em dez países. A faixa de interação com dispositivos eletrônicos chegou aos 96%, bem acima da média global. A visualização de vídeos cresceu em 19% em relação aos períodos anteriores.

---

Pinto, Silva e Fiúza (2020) conduziram um estudo com 325 pessoas, investigando as relações entre gênero e o uso das tecnologias de informação e comunicação. Observou-se que nas faixas etárias superiores, acima dos 29 anos, a “genderização” do uso das TICs é mais evidente. Observa-se que as mulheres entrevistadas usavam das redes para organizar o trabalho doméstico, os relacionamentos familiares e o acesso à educação enquanto os homens priorizavam o lazer e o âmbito profissional. O acesso ao espaço privado do lar para atividades produtivas foi apontado como uma barreira por pessoas de faixas etárias superiores. No entanto, em relação aos jovens, observou-se um padrão diferente. Entre os que estavam na faixa 18-29 anos, existe uma aproximação notável entre os percentuais masculino e feminino de utilização das TICs para as práticas que estão ligadas à saúde e bem-estar, divisão do trabalho doméstico, quando existente, lazer e relacionamentos, mostrando um equilíbrio de gênero e uma democratização do uso das tecnologias, não apontando para nenhum privilégio masculino ou feminino no tocante ao acesso às formas de uso. Os dados apontaram que as mulheres superavam os homens quanto à frequência, as motivações para a adesão diferiam conforme o gênero, mas ambos os fatores eram menos marcantes na porção mais jovem coletada.

Um estudo conduzido por Lira, Ganen, Lodi e Alvarenga (2017) trouxe dados sobre o uso das redes sociais, autoestima e imagem corporal nas adolescentes brasileiras em relação ao uso das redes sociais. Ao todo foram entrevistadas 212 meninas entre 10 e 19 anos. Os resultados apontaram que acessos diários superiores a 10 vezes por dia ao Instagram e Facebook aumentou a chance de insatisfação das jovens entrevistadas. 75,9% das entrevistas relataram benefícios das redes como a comunicação, a informação, conhecer pessoas novas, ter informações ligadas à saúde, bem-estar e a diversão. 60% não apontaram malefícios, sendo que as demais trouxeram o vício, a absorção de padrões irreais de beleza e o bullying. Os impactos em relação à imagem corporal foram mais notáveis entre o grupo que relatou exposição às redes superiores a 10 acessos por dia.

Em relação à autoestima, uma pesquisa realizada em 2020, com meninas entre 10 e 17 anos nos Estados Unidos, Inglaterra e Brasil apresentaram resultados no impacto sobre a autoestima. No Brasil ela foi conduzida pela Edelman Data & Intelligence, em abordagem multidisciplinar que ouviu 503 meninas de 10 a 17 anos. Os filtros e a edição de imagens impactaram na forma como as meninas e jovens apresentavam sua imagem nas redes; 84% das

---

jovens brasileiras relataram aplicar filtro nas fotos ou já usaram um aplicativo de edição para manipular essas fotos; 78% dizem que tentam mudar ou ocultar alguma característica do seu corpo que são indesejadas.

Um dos principais autores que contribuem para a compreensão dessa busca incessante pela mulher como ícone de beleza e consumo é Wolf, 1990. De acordo com a autora, o mito da beleza ajuda a compreender como essa estrutura predominantemente direcionada ao meio feminino é utilizada para limitar a evolução feminina, que vem há anos tentando se emancipar da estrutura patriarcal que cerceou a sua liberdade desde o princípio da história através do culto ao belo (LIPOVETSKY, 2000). Como Wolf relata,

Estamos em meio a uma violenta reação contra o feminismo que emprega imagens da beleza feminina como uma arma política contra a evolução da mulher: o mito da beleza [...]. À medida que as mulheres se liberaram da mística feminina da domesticidade, o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social. (WOLF, 1990, p. 27).

O mito da beleza se apresenta de forma tão sutil e atrelada à sociedade feminina devido a sua construção histórica (WOLF, 1990), que as redes sociais na internet o tornaram de quase impossível dissociação. É importante ressaltar que por mais que algumas mulheres com grande alcance nas redes (principalmente o Instagram) sigam assumindo sua emancipação e conscientizando outras em relação a padrões, os perigos de impor corpos ou linhas estéticas, ainda sim existe um número muito maior – e esse com investimento maciço de grandes empresas – que seguem exaltando um corpo impossível de ser alcançado sem intervenções estéticas ou manipulação de imagens. Estas tiveram um aumento significativo nos últimos anos, segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, entre os anos de 2014 e 2016, houve o aumento de 14,25% em cirurgias estéticas e reparadoras.

Porém, quando pensamos em emancipação e liberdade feminina, é necessário questionar se realmente ela é completa, ou se é apenas a sensação de liberdade que permeia. Ao analisar o cenário atual de incentivo ao consumo potencializado pelas redes sociais, torna-se necessário teorizar sobre esta liberdade que é proposta às mulheres. Lipovetsky (2000) definiu que as mulheres teriam sido divididas em três fases, conforme visões de mundo atribuídas a ela,

---

conhecidas como primeira Mulher, segunda Mulher e terceira Mulher: a primeira mulher é lembrada pelo conjunto de significados simbólicos que a definem como sedutora e enganadora, com fortes referências à elementos da cultura judaico-cristã, como o mito de Eva; a segunda mulher tem o foco na visão mais angelical, submissa e feminina; já a terceira mulher seria uma autocriação feminina, herdando as lutas da primeira onda do feminismo e se encontrando entre suas próprias vontades e poder de decisão.

Pode-se questionar, até que ponto as escolhas femininas dos dias atuais são, de fato, autônomas com liberdade legítima ou projeções alimentadas e pré-determinadas dos meios sociais? Muitas vezes a estrutura que visa controlar e cercear a autonomia feminina apoia-se em uma legitimação ainda maior, pois age diante de um poder que é definido por Thompson como poder simbólico. Segundo o autor “as ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos ou decisões, induzir a crer e descreer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva”. (THOMPSON, 1998, p. 25).

A partir disto, sabe-se que o mito da beleza pode agir sobre as mulheres, exercendo seu poder simbólico (THOMPSON, 1995), influenciando não somente padrões estéticos e de aparência física, mas de seu comportamento. Com a massiva utilização das redes sociais, torna-se imprescindível que sejam realizados estudos sobre como a publicidade, com os seus mais variados tipos de anúncios, estratégias e ações de marketing digital, tem estado presente na construção do padrão de beleza feminina, para elucidar em que medida essa autonomia feminina acontece e de que forma os meios podem reforçar uma construção que desfavoreça às próprias.

## **METODOLOGIA**

Esse trabalho buscou investigar em que medida a liberação do polo de emissão, de fato, proporciona o surgimento de novos pontos de vista sobre a beleza feminina ou se há o reforço de condicionamentos dos padrões de beleza perpetuados pela mídia tradicional, além de investigar quais são as percepções de beleza nas mídias sociais com foco no *Instagram*, para mulheres de 18 anos, residentes do Distrito Federal e ingressantes na vida adulta. Para tanto, foram entrevistadas 12 mulheres pertencentes ao recorte proposto, durante os meses de dezembro de 2019 e março de 2020. Ressalta-se que tais entrevistas foram realizadas de forma

---

presencial, anteriormente à declaração de pandemia de COVID-19 e a indicação de isolamento social das autoridades técnicas.

Os dados obtidos nas entrevistas foram submetidos à análise de conteúdo, seguindo-se dos pressupostos de Bardin (2016). Ao todo, foram incluídas três fases: (a) pré-análise; (b) exploração do material; e (c) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Na primeira fase, foi realizada a leitura completa do material. Em seguida, houve a leitura flutuante, dentro do contato inicial com as respostas, e a elaboração de indicadores, entendidos como assuntos, palavras ou trechos comuns nas falas dos entrevistados. Foram respeitadas as recomendações de Bardin sobre exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. Após a organização de trechos das entrevistas, que foram recortados e coletados em uma planilha, a partir de unidades de registros, conhecido no processo como codificação. O agrupamento se deu por uma categorização proposta por seus temas recorrentes que apareceram nas respostas e foram contemplados pelo referencial teórico escolhido.

## **RESULTADOS**

### **Tempo gasto nas redes sociais**

Quando levantada a pergunta sobre as horas despendidas, em média, nas redes sociais, a maioria das entrevistadas não soube dizer com exatidão a quantidade de tempo. Com exceção de uma, que preferiu checar o relatório de uso semanal que o seu aparelho celular fornecia. Em relação ao tempo estimado, foi percebido que a maioria faz uso das redes sociais e internet no celular por mais de 10 horas diárias (n=6), de 1 e 5 horas diárias (n=4) e entre 5 e 10 horas diárias (n=2).

Um relato ilustra essa categoria: “Eu acho que de 24 horas, nossa, eu passo umas 18h conectada, umas 14h no máximo, porque o resto eu durmo né. Eu tô comendo, e tô conectada, sempre”. (Entrevistada 3).

### **Conteúdos de interesse**

Os conteúdos que despertam interesse nas entrevistadas se diversificam. Nessa categoria, destaca-se a procura por conteúdos de notícias (n=7), músicas (n=5), frases e textos motivacionais (n=3), fofocas (n=3), empoderamento feminino (n=2) e maquiagem (n=2).

Importante ressaltar que as participantes mencionaram mais de uma resposta nessa categoria, os extratos de fala que seguem, ilustram tais respostas.

“É como eu já falei, eu gosto de seguir mulheres empoderadas *né*, é... eu sigo essas *blogueiras* que são fora do padrão mesmo *né*, que tem esse empoderamento dentro da sociedade, que tem voz, e que nos ensina isso. (Entrevistada 8)

Pelo fato de *tá* no terceiro ano, muita coisa de escola e tal, coisa atual, música, coisas sobre o curso que quero fazer”. (Entrevistada 5).

### **Conteúdos produzidos**

Dentro dessa categoria, a resposta foi unânime entre todas as entrevistadas, sendo que não produzem conteúdo para as redes sociais (n=12). Porém, foi notado que não há muito consenso diante da definição de produzir conteúdo para a internet, como pode ser visto nas falas das entrevistadas.

Na verdade, não, eu gosto de acompanhar só, mas sou bem isolada nessa questão de ficar postando nas redes. (Entrevistada 5).

Eu só posto mesmo fotos no meu perfil pessoal e no meu *prive*, às vezes gravo uns *stories* respondendo aquela caixinha de perguntas, mas só isso, eu nunca ganhei dinheiro com nada que eu postei (risos). (Entrevistada 7).

Ah, eu não produzo, eu só posto foto no *Instagram* e escrevo algumas coisas no *Twitter* (risos), só isso que eu faço nas redes sociais, então, eu acho que não é muito conteúdo. (Entrevistada 10).

### **Efeitos das redes sociais**

As mulheres tendem a se sentir de várias formas ao ver perfis femininos nas redes sociais, dependendo do tipo de conteúdo que é compartilhado por estes. Sendo assim, houve mais de uma resposta por parte das entrevistadas nesta categoria. Em relação a esses sentimentos, foi possível mensurar que elas se sentem inspiradas (n=7), motivadas (n= 4), animadas (n=2), triste (n=1), frustrada (n=1), encorajada (n=1), deprimida (n=1), admirada (n=1), inferiorizada (n=1) e desanimada (n=1).

---

Alguns relatos nos auxiliam a compreender como esses sentimentos se refletem dentro da experiência do uso das redes sociais.

É uma mistura de sentimento de admiração e inferiorização, é... eu me sinto admirada pela beleza da pessoa, ou por suas conquistas, por sua felicidade e inferiorizada por não ter alcançado aquilo. Acho que me dá até um pouco de vergonha de falar isso, fica parecendo inveja *né?* (risos). (Entrevistada 1)

Tipo, é como eu já disse *né*, como eu sigo mais perfis de mulheres que tem isso de empoderamento feminino, de mulheres fora do padrão e tal, acho que eu acabo me sentindo supermotivada, sabe? Inspirada *pra* me aceitar, aceitar meu corpo, minha cor, tudo. Só que depende muito, tem umas *blogueirinhas* que às vezes acabo vendo o perfil, e fico bem *deprê* mesmo, porque é uma coisa muito fora do real, sabe? Ninguém nunca vai conseguir ter um corpo daquele, uma vida daquela se não tiver muito dinheiro, e isso *tá* muito longe da minha realidade. (Entrevistada 8).

### **Vendas**

Uma das questões que emergiram durante o trabalho dessa pesquisa foi compreender em que medida as redes sociais influenciam na venda de produtos e como as mulheres percebiam essa influência. A partir dos relatos, verificou-se predominância das respostas afirmativas (n= 10) sobre as respostas negativas (n=2). Algumas falas exemplificam tal padrão de respostas:

É que às vezes você gosta tanto, você admira tanto aquele influenciador, por exemplo, que quando você vê aquilo ali, você fica tipo “*caraca*, a pessoa que eu gosto muito *tá* fazendo anúncio daquilo lá, então poxa, parece ser bom porque eu gosto muito daquela pessoa” então assim, eu acho que acontece, mas eu não me vejo fazendo isso, sabe? Acho que é mais por você gostar demais da pessoa, você acaba comprando aquilo. (Entrevistada 3)

Ah, depende, *né?* Porque eu mesma nunca comprei nada de *blogueira* não, mas é porque meus pais também não iam comprar besteira *pra* mim só porque eu vi na internet. (Entrevistada 2).

### **Autoestima**

Foi perguntado às entrevistadas de que forma elas percebiam a contribuição das redes sociais para a melhora da autoestima feminina. Nessa categoria também houve mais de uma resposta por parte das entrevistadas. Dois aspectos se destacaram: a influência positiva das redes

---

sociais para a melhora da autoestima feminina (n=6), influência negativa para a melhora da autoestima feminina (n=5) e o surgimento de uma pontuação interessante, que é a variação mediante o conteúdo de cada perfil (n=4). Dois extratos de fala a seguir ilustram essa categoria:

Depende de cada um *né*, isso é totalmente pessoal. Tem gente que vai se sentir melhor, tem gente que vai ficar *pra* baixo, acho que tem muito mais a ver com a pessoa se sentir bem com ela mesma antes (ênfase) de entrar na rede social. (Entrevistada 11).

*Ah*, eu não acho não, os perfis femininos só contribuem *pra* piorar porque todo mundo sabe que aquilo tudo é uma mentira, só que nem todo mundo tem exatamente consciência disso *né*, pelo simples fato de achar que aquilo tudo é real, sendo que passa por *Photoshop*, tem um certo ângulo *pra* pessoa tirar foto mas do mesmo jeito *né*, tem algumas pessoas acham que aquilo é real, sendo que é tudo *fake*. Aí você tenta ficar atingindo um padrão que nunca vai conseguir porque aquilo ali não é real, mas a pessoa não entende isso. (Entrevistada 5).

### **Visibilidade das causas femininas**

Apesar da maior parte das entrevistadas (n=12) perceberem de forma positiva como as redes sociais colaboram para melhorar o engajamento das causas femininas, uma parte das entrevistadas (n=4) levantaram pontos negativos diante da visibilidade trazida pelas redes sociais para essas causas. Nesta categoria, algumas entrevistadas deram mais de uma resposta para a questão, como pode ser percebido nos extratos de fala que seguem:

Olha... é... as redes sociais podem ser influentes positivamente e negativamente porque tem muito perfil que fica detonando mulher nas redes sociais, sexualizando, e isso de fato atrapalha bastante, tipo, na luta *né*, contra o machismo e essas coisas assim. Mas, tem uns também ajudam *né* no empoderamento e tal, e isso é ótimo. (Entrevistada 5).

*Hum*... olha... a internet *né*, as redes sociais, elas são muito eficientes sim pra aumentar o engajamento nessas lutas, mas aí já respondendo sobre minha opinião sobre as redes sociais e essas lutas, é que essas pessoas geralmente em algum momento, elas distorcem... o... é porque, tipo, muita gente tem acesso e, sei lá, em algum momento o movimento parece que se perde e eu não *tô* falando de coisas tipo triviais do movimento, *tô* falando de coisas realmente importantes, é

---

porque tem gente que realmente se perde e começa a distorcer todo o movimento. E tem gente que faz isso até de propósito! Então ao mesmo tempo que contribui *pra* dar visibilidade, muita gente começa a ter uma imagem errada também... do movimento. (Entrevistada 9).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa buscou investigar quais são as percepções de beleza nas mídias sociais com foco no *Instagram*, para mulheres de 18 anos, residentes do Distrito Federal e ingressantes na vida adulta.

Observou-se que a maior parte das entrevistadas passa, aproximadamente, mais de 10 horas diárias nas redes sociais (n=6). Esse dado revela um ponto de atenção, visto que a média de uso diário de internet desta amostra é mais alta que o da média feminina nacional, que é de 8 horas (TNS Kantar, 2017). É importante evidenciar que a média nacional brasileira é superior em 5 horas à média global, revelando assim um aspecto que precisa ser considerado em reflexões e estudos futuros.

Quando levantada a questão sobre os conteúdos consumidos, foi unânime entre as entrevistadas (n=12), que estas não produziam nenhum tipo de conteúdo para a internet. Ao relacionarmos o tempo de uso de internet das entrevistadas ao que é produzido por elas, vemos uma desproporcionalidade devido ao extenso tempo que elas gastam na internet e pouco, ou nenhum, conteúdo produzido. Será que as mulheres estão, de fato, se utilizando desse local de fala proporcionado pelas novas mídias? É possível que nós estejamos retornando a um ambiente de comunicação transmissivo, onde o conteúdo é apenas consumido e não dialogado em profundidade entre os atores sociais?

No que diz respeito ao conteúdo consumido por essas mulheres, nota-se uma mescla de interesses sobre o que elas buscam nas redes. Essa realidade é condizente com o pensamento de Torres (2009) ao afirmar que a rede configura um espaço para a busca de informação, diversão e relacionamento. O que se observa, no entanto, é que este interesse se torna cada vez mais difuso e não compartimentado como acontecia nos primórdios da Internet.

No caso da autoestima, ficou evidente que nem todos percebem a relação das redes sociais com a autoestima feminina da mesma forma, sendo que um ponto que surgiu das

---

respostas das entrevistadas foi que a influência dos perfis femininos nas redes sociais em relação à sua autoestima era diretamente ligada ao conteúdo que estes produzem.

A liberdade financeira foi mais um ponto de inflexão observada na pesquisa. Devido à idade das entrevistadas, é possível perceber que nem todas trabalham ou têm condição financeira para terem liberdade de compra. Porém, é notável que grande parte delas expressou desejo de um consumo mais ampliado, o que leva à possibilidade de que se tivesse maior liberdade financeira, provavelmente consumiriam mais produtos na internet do que o fazem neste momento.

No contexto das mídias sociais, devido à liberação do polo de emissão, é possível notar maior amplitude no alcance dos discursos nelas proferidos. Diante das respostas das entrevistadas pôde-se perceber que a visão delas é positiva no que diz respeito à visibilidade das causas femininas, não somente aos olhos dela, mas como estas são percebidas pelas outras pessoas. Alguns tópicos interessantes foram levantados nessa categoria, a sexualização da mulher quando assume o local de fala nas redes sociais promovendo aceitação do corpo e se utilizando do lugar de discurso; a possibilidade de interpretações positivas ou negativas referente ao conteúdo compartilhado no que diz respeito às causas femininas; e o espalhamento limitado aos espaços em que os atores sociais estejam em concordância. Sendo o último ponto alicerçado por Recuero e Gruzd (2019) em estudo recente, em que examinaram notícias consideradas Fake News durante dois episódios políticos importantes no ano de 2018. Os resultados que incluíram análises de dados automatizados, análise de redes e uma pesquisa quantitativa, mostraram que houve, de fato uma circulação dessas notícias, fortemente limitada entre núcleos ideológicos favoráveis e uma intenção clara de espalhamento por alguns atores sociais. Percebe-se, assim, que a rede pode ser tanto um espaço de fala privilegiado para os emissores no sentido de expressar pontos de vista, nem sempre presentes nas mídias tradicionais, como também um espaço onde se podem reforçar preconceitos e consolidar ideias de naturezas que podem não ser verossímeis.

Os resultados obtidos na pesquisa, dispostos neste artigo, puderam proporcionar um conhecimento inicial da forma como as mulheres se percebem no ambiente das novas mídias e como o padrão de beleza pode ou não ser reforçado pelas marcas por meio de investimento publicitário. O artigo deixa a contribuição para o campo e abre a possibilidade, a novas

pesquisas, fornecendo informações relevantes acerca do tema do feminino inserido nas redes sociais, e instiga a novas e aprofundadas pesquisas na área, expandindo assim o conhecimento sobre a causa. Como limitações para a pesquisa, destacamos o âmbito geográfico restrito para o Distrito Federal, a limitação de faixa etária das entrevistadas e a pandemia de COVID-19 que impossibilitou as entrevistas presenciais, dessa forma, a amostra utilizada foi menor do que a planejada inicialmente, sendo de 15 mulheres, para 12.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

COELHO, P. Mayara. Vozes que ecoam: Feminismo e Mídias Sociais. In. **Pesquisas e Práticas Psicossociais**, São João del Rei, v. 11, n. 1., p. 215-224, Jan./Jun. 2016,.

KANTAR TNS-DIGITAL. **Connected Life**. 2017. Disponível em: <http://www.tnsglobal.com/sites/default/files/TNS-digital-low-res-160928-v2.pdf>. Acesso em: 07 ago. 2019.

LE MOS, A. Cibercultura como território recombinate. In: E. TRIVINHO; E. CAZELOTO (eds.). **A cibercultura e seu espelho: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa**. São Paulo, Instituto Itaú Cultural, 2009. p. 38-46.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LIRA, Ariana; GANEN, Aline; LODI, Aline; ALVARENGA, Marle. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, jul./set, 2017.

MCAFEE. **Life Behind the Screens of Parents, Tweens and Teens: The 2022 McAfee Connected Family Study**, 2022. Disponível em: <https://www.mcafee.com/content/dam/consumer/en-us/docs/reports/rp-connected-family-study-2022-global.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2022.

PINTO, Neide; SILVA, Joyce; FIÚZA, Ana Louise. O uso das redes sociais de uma perspectiva de gênero. **Revista Oikos: Família e Sociedade em Debate**. v. 32 n. 2, 2021.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador**. 3. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. 1ª Ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIAS PLÁSTICAS. **Censo 2016: Situação da Cirurgia Plástica no Brasil**. 2017. Disponível em <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2017/12/CENSO-2017.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2019.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 1º Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do marketing digital:** tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza:** como imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

---

**O que os números contam sobre os municípios?  
Um modelo de visualização de dados do Parecer Prévio sobre Prestações de Contas  
Municipais<sup>106</sup>**

**What do the numbers talk about the municipalities?  
A data visualization model of the Preliminary Municipal Accountability Report**

Betina Machado RAMOS<sup>107</sup>  
Tattiana Gonçalves TEIXEIRA<sup>108</sup>

**RESUMO**

O artigo analisa o processo de criação e aplicação de um modelo de visualização de dados desenvolvido como complemento ao parecer prévio sobre prestações de contas municipais a ser adotado pelo Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina (TCE/SC). O objetivo do modelo é facilitar o acesso à informação contida nas prestações de contas e melhorar a forma de comunicação dos parâmetros e indicadores analisados.

**PALAVRAS-CHAVE**

Comunicação Pública; Assessoria de Imprensa; Visualização de Dados; Comunicação Organizacional; *Accountability*.

**ABSTRACT**

The article analyzes the process of creation and application of a data visualization model developed as a complement to the Preliminary Municipal Accountability Report to be adopted by the State Court of Accounts of Santa Catarina (TCE/SC). The objective of the model is to facilitate access to the information contained in the accounts and improve the way in which the parameters and indicators are communicated.

**KEYWORDS**

Public Communication; Press Office; Data Visualization; Organizational Communication; *Accountability*.

---

<sup>106</sup> Trabalho apresentado no II MEETING OF RESEARCHERS IN LAW AND SUSTAINABILITY – PROPOSITIONS AND DEBATES, promovido pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

<sup>107</sup> Recém-Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); email: [betinamramos@gmail.com](mailto:betinamramos@gmail.com).

<sup>108</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do Departamento de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, onde coordena o NUPEJOC - Núcleo de Pesquisa em Jornalismo Científico, Infografia e Visualização de Dados; e-mail: [tattiana.teixeira@ufsc.br](mailto:tattiana.teixeira@ufsc.br).

---

## INTRODUÇÃO

Todos os anos, o Tribunal de Contas de Santa Catarina (TCE/SC) emite pareceres sobre as contas apresentadas pelos 295 prefeitos municipais do Estado de Santa Catarina. Em cada Parecer Prévio é verificado se o balanço representa adequadamente as posições financeira, orçamentária, contábil e patrimonial do ente federado no encerramento do exercício, bem como se a gestão dos recursos públicos observou os princípios e as normas constitucionais e legais que regem a administração pública municipal.

Com base nos relatórios técnicos, em pareceres elaborados pelo Ministério Público de Contas e no voto dos Relatores, o órgão Plenário do TCE/SC profere decisão final colegiada para recomendar a aprovação ou a rejeição das contas analisadas. Trata-se, portanto, de etapa fundamental do processo de *accountability*, ou da prestação de contas, da ação governamental, de modo a atender a sociedade no seu justo anseio por transparência e pela boa e eficiente gestão dos recursos públicos. Os pareceres, são, portanto, importantes instrumentos para a transparência, para o controle social e para o fortalecimento da cidadania, na medida em que apresentam informações relevantes à sociedade.

No entanto, a análise realizada pelo Tribunal de Contas tem um caráter técnico e, como é próprio desse tipo de trabalho, a linguagem usada também é especializada, o que pode dificultar a compreensão do conteúdo dos pareceres tanto para os políticos que irão fazer o julgamento, quanto para os cidadãos. Apesar dos relatórios e pareceres produzidos já contarem com tabelas e gráficos, que buscam sintetizar as situações verificadas, persiste o desafio de desenvolver uma forma de comunicação que transmita essas informações de modo mais claro, objetivo e inclusivo, permitindo que sejam compreendidas, principalmente para os não especialistas. Desse modo, é importante que os dados constantes dos relatórios técnicos e dos votos possibilitem que se compreenda o contexto municipal e a sua gestão. A relevância do Parecer Prévio e para onde ele deve estar direcionado podem ser traduzidos na ideia sintetizada por Rosling: “Não são os números que são interessantes. É o que eles contam sobre a vida [...]” (ROSLING, 2019, p. 30).

Ressalta-se que o Tribunal possui uma Assessoria de Comunicação, responsável por apresentar à imprensa informações relativas à sua atuação de forma a ser bem compreendida.

Entretanto, a atuação da assessoria prioriza a elaboração de releases e outros instrumentos tradicionais de comunicação organizacional no setor público. Há um movimento na direção da adoção de uma linguagem mais simples, porém atualmente se restringe a divulgação do resultado da análise das contas prestadas anualmente pelo Governador do Estado. Nesse sentido, o Tribunal, numa ação conjunta da Assessoria de Comunicação com o Gabinete do Relator e a Diretoria Técnica responsável pela análise, tem lançado uma versão simplificada do parecer prévio, intitulada “Para Onde Vai o seu Dinheiro”. No entanto, esse instrumento tem sido desenvolvido apenas em relação às contas estaduais, não às municipais.

Durante a experiência da autora como estagiária do Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina (TCE/SC), se detectou a necessidade de um dispositivo visual que pudesse melhorar a comunicação dos dados contidos nos pareceres prévios de prefeito. Nesse contexto, o presente trabalho discorre sobre o processo de criação de um modelo de visualização de informações, e a sua subsequente aplicação em todos os pareceres prévios de contas dos prefeitos apreciados pela Conselheira Substituta Sabrina Nunes Iocken no ano de 2021. A metodologia adotada foi a pesquisa aplicada, visto que apresenta uma solução prática para um problema real.

## **1. A COMUNICAÇÃO PÚBLICA E O PAPEL DO JORNALISTA NAS ASSESSORIAS**

Os conceitos de comunicação pública são múltiplos, podendo ser desenvolvidos a partir da perspectiva de quem a exerce, como a “comunicação organizacional” ou a “comunicação governamental”. No Brasil, a ideia de comunicação pública tem sido tratada como um conceito mais amplo, que ultrapassa esse entendimento, para considerá-la como “um conjunto de posturas adotadas como instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania”. (DUARTE, 2007, p. 60).

Comunicação pública coloca a centralidade do processo de comunicação no cidadão, não apenas por meio de garantia do direito à informação e à expressão, mas também do diálogo, do respeito a suas características e necessidades, do estímulo à participação ativa, racional e corresponsável. Portanto, é um bem e direito de natureza coletiva(..).” (DUARTE, 2007, p. 61).

No setor público, um dos objetivos principais da comunicação é informar os cidadãos sobre os seus direitos e as decisões tomadas sobre temas ligados ao interesse público, como a criação de políticas públicas e o conhecimento do uso dos recursos públicos. Atualmente a divulgação dessas informações já é garantida pela Lei de Acesso à Informação (LAI)<sup>109</sup>. Sancionada em 18 de outubro de 2011, a Lei nº12.527 regulamenta o direito constitucional de acesso dos cidadãos às informações públicas e é aplicável aos três poderes da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios. Porém não é só importante que essas informações cheguem aos cidadãos, mas de que forma elas chegam. Nesse caso, a comunicação é fonte essencial de informação que forma e consolida a opinião pública, a respeito de assuntos públicos, e que repercute no jogo político. Assim, o acesso a essas informações de modo claro e compreensível é primordial para um processo eficiente de comunicação, bem como para o pleno exercício da cidadania.

## **2. LINGUAGEM SIMPLES E O *LEGAL DESIGN* NO SETOR PÚBLICO**

A linguagem simples é essencial num país como o Brasil, onde 30% da população entre 15 e 64 anos é considerada analfabeta funcional,<sup>110</sup> segundo o Indicador de Analfabetismo Funcional (Inaf, 2018)<sup>111</sup>. Uma pesquisa de análise de comportamento de usuários diante de documentos jurídicos realizada pela Bits Academy,<sup>112</sup> em outubro de 2020, mostrou que 87,7% dos entrevistados preferem modelos de documentos contendo recursos do *legal design*. Quando apresentados três documentos diferentes - (1) modelo tradicional contendo apenas texto, (2) modelo com recursos de design com cores vibrantes e (3) modelo com recursos de design mais limpo, - 60% optaram pela terceira opção. A cor azul foi a opção mais escolhida pelos usuários.

---

<sup>109</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm). Acesso em: ago. 2021.

<sup>110</sup> O analfabetismo funcional é formado por dois grupos: os analfabetos absolutos, que não conseguem realizar tarefas simples que envolvem leitura de palavras e frases e equivalem a 8% desse índice; e os rudimentares, que conseguem de forma limitada compreender textos curtos e realizar operações matemáticas simples, esses correspondem a 20%.

<sup>111</sup> Disponível em: [https://acaoaducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018\\_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares\\_v08Ago2018.pdf](https://acaoaducativa.org.br/wp-content/uploads/2018/08/Inaf2018_Relat%C3%B3rio-Resultados-Preliminares_v08Ago2018.pdf). Acesso em: ago. 2021.

<sup>112</sup> Disponível em: <https://www.slideshare.net/ErikFonteneleNyb/pesquisa-sobre-a-aplicao-de-legal-design-e-comportamento-do-usurio>. Acesso em: ago. 2021.

Vários órgãos públicos já estão aderindo a novos formatos de documentos e relatórios, usando a linguagem simples e recursos de design, como infográficos e visualizações de dados. O Tribunal de Contas da União (TCU), na Decisão Normativa 170/2018 determinou como estrutura do Relatório de Gestão que toma como modelo o Relato Integrado, desenvolvido pelo Conselho Integral para Relato Integrado (*International Integrated Reporting Council - IIRC*). Uma das diretrizes do relato integrado é a clareza, que determina que o relatório tem “deve fazer o uso da linguagem simples e imagens visuais eficazes para transformar informações complexas em relatórios facilmente compreensíveis”.

O uso de gráficos e visualização de dados como uma ferramenta para o melhor entendimento dos documentos jurídicos é incentivada por vários manuais e programas de diversas instituições. O Iris, Laboratório de Inovação e Dados do Governo do Ceará, criou uma lista de passos para a escrita em linguagem simples, entre um deles “usar elementos visuais (ícones, infográficos, fotografias etc.) para complementar e reforçar a mensagem do texto”.

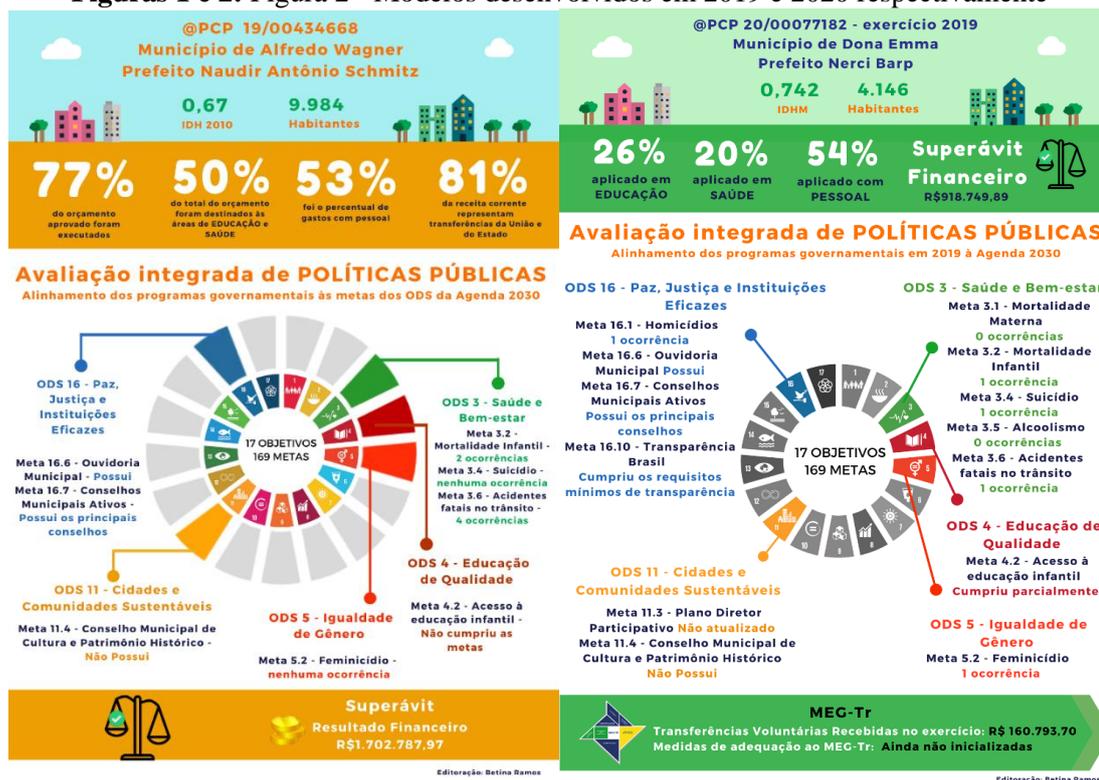
### **3. O PROCESSO DE CRIAÇÃO**

A ideia inicial desse trabalho começou a ser desenvolvida em junho de 2019, quando a autora era estagiária de Jornalismo no Gabinete da Conselheira-Substituta Sabrina Nunes Iocken, do TCE/SC. Havia uma consciência de que as informações constantes dos votos relativos às 33 contas municipais, cuja relatoria havia sido designada a Conselheira, precisavam ser apresentadas de forma mais clara e acessível às Câmaras de Vereadores e à população. Paralelamente, o gabinete estava buscando acrescentar à análise técnica, proveniente da Diretoria, uma avaliação integrada de políticas públicas municipais, especialmente quanto ao alinhamento dos programas governamentais às metas dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU).

O desafio consistiu em organizar as informações disponíveis de forma organizada, clara e descomplicada, de modo que o voto e o parecer produzidos, que posteriormente seriam disponibilizados às Câmaras Municipais e ao público, pudessem ter ampliada a sua dimensão de instrumento de transparência, cidadania e controle social. Como resultado, foi desenvolvido um modelo de infográfico (figura 1 e figura 2), do tamanho de uma folha A4 (20,99 cm X 29,70

cm), que foi incluído na primeira página de cada voto. Cada infográfico apresentou informações relativas ao processo, ao município, à avaliação das contas e à avaliação integrada de Políticas Públicas.

**Figuras 1 e 2:** Figura 2 - Modelos desenvolvidos em 2019 e 2020 respectivamente



Porém, esse modelo se mostrou limitado com relação ao espaço e a quantidade de dados possíveis a serem inseridas. A análise das contas de prefeito é matéria complexa, que abarca diferentes conceitos do direito financeiro. Cada parâmetro e indicador analisado tem o seu próprio referencial e período de aplicação, fazendo assim com que seja difícil uma simplificação dos dados para fim de comparação. Partindo desse problema, surgiu então o modelo de 2021, que constitui este trabalho, que é uma proposta de visualização de dados ampliada. Para além de apenas citar os principais dados, como percentual aplicado em saúde e educação, resultado financeiro do município e avaliação das metas dos ODS da Agenda 2030, o modelo se propõe a trazer os dados em contexto, para que o leitor entenda não só qual o resultado das contas daquele ano, mas também o que elas representam. O objetivo da mudança é dar ênfase para a

---

necessidade de melhorar a forma de conectividade do Parecer Prévio com o seu público, em especial, os cidadãos dos respectivos municípios. O modelo adotado busca demonstrar que um documento extremamente técnico pode também apresentar uma outra forma de comunicação, com aspecto visual mais moderno e linguagem objetiva e descomplicada. Ademais, os avanços tecnológicos contribuem para o desenvolvimento de novas ferramentas direcionadas às contas públicas.

#### **4. A METODOLOGIA DA ESCOLHA DOS DADOS**

A escolha dos dados foi baseada nas informações contidas na análise realizada pela Conselheira Substituta Sabrina Nunes Iocken, relatora das contas do município de Indaial referentes ao exercício de 2020. Além da importância de desenvolver um novo modelo que se aplique às prioridades estabelecidas para este ano, como, por exemplo, análises próprias do último ano do mandato, considerou-se importante acompanhar a evolução dos assuntos selecionados para análise. Para essa seleção, levou-se em conta primeiras as informações que eram obrigatórias da própria natureza da prestação de contas, como a análise de limites obrigatórios de aplicação de recursos em saúde, educação e gastos com pessoal e a análise do resultado financeiro e orçamentário. Depois, foram acrescentadas as análises referentes às políticas públicas, que apesar de não serem exigidas, são de suma importância para o processo de *accountability* dos recursos públicos.

O município escolhido para a visualização de dados foi Indaial, que já havia sido selecionado pela equipe do Gabinete como parâmetro para os Pareceres Prévios que serão desenvolvidos em 2021. A escolha de cores se deu de acordo com as áreas em que o modelo foi dividido. A cor principal escolhida para o modelo de visualização de dados foi o azul. A escolha da cor foi inspirada por uma pesquisa realizada pela Bits Academy, Escola e Consultoria de Inovação e Transformação Digital. A pesquisa de análise de comportamento de usuários diante de documentos jurídicos, publicada em Outubro de 2020, observou que, ao serem apresentados a um modelo de contrato com 4 cores diferentes, azul, preto, verde, vermelho, os entrevistados optaram pelo modelo de cor azul. A cor foi usada nas partes de caracterização dos municípios, gestão financeira e orçamentária, e nos critérios analisados.

Nas áreas de educação, saúde, saneamento e administração, se utilizou as cores dos ODS que se referiam a esse assunto, e que seriam abordados mais tarde. Optou-se por fazer as páginas todas monocromáticas, seguindo a cor da barra do título, para não exagerar no uso das cores. A pesquisa da Bits Academy também mostrou que 70% dos entrevistados preferiram documentos com elementos de design mais limpo.

Durante o processo de trabalho, vários programas foram considerados. O *Canva* foi a primeira ideia, pela familiaridade da autora com o programa, que foi usado para a visualização de dados dos outros anos. Também foi considerado o Microsoft Power Bi, porém a complexidade do sistema exigiria um tempo maior de estudo e prática com a plataforma. Foi escolhido então o *Infogram*, pelo design responsivo e interativo e pela vasta opções de gráficos e elementos gráficos.

O primeiro modelo, que serviu como Trabalho de Conclusão de Curso da autora, levou dois meses ao todo para ser produzido. O design das páginas e a distribuição das informações foram desenhados do zero, aproveitando a automatização de gráficos e elementos oferecidos pela plataforma *Infogram*. Todos os gráficos foram alimentados e atualizados manualmente. Como o objetivo principal do trabalho era a melhora do formato da comunicação do parecer de contas, esse foi o trabalho priorizado. Apesar disso, a ciência de dados hoje já oferece ferramentas mais sofisticadas que poderiam ter, por exemplo, automatizado a coleta de informações dos bancos de dados disponíveis. Esse talvez seja o futuro de trabalhos como esse: pareces de contas com análises automatizadas, desde suas entradas no sistema do Tribunal até a sua forma final.

## 5. RESULTADOS

O resultado é um modelo de visualização de dados de 10 páginas publicado na plataforma *Infogram* através de um *qr code*, pensado para promover uma maior circulação do trabalho.



<https://infogram.com/1p6z5k0wlwlgqpt5kpgxdwvylde3kjb7mwk?live>

O trabalho foi encaminhado ao TCE/SC e acrescido a todos os 33 processos de prestações de contas apreciados pela Conselheira Substituta Sabrina Nunes Iocken no ano de 2021. Esse se justifica como uma prática de inovação a partir da rede de conhecimento, como contido na Lei Federal nº14.129/21<sup>113</sup>. A Lei do Governo Digital determina princípios e regras da transformação digital no setor público, com o objetivo de incentivar à participação social no controle da administração e a modernização da relação do poder pública com a sociedade através de serviços digitais.

Como o seu modelo já estava pronto e aprovado, se prosseguiu somente com a substituição dos dados para cada município. Esse trabalho durava no começo aproximadamente um dia inteiro, pela quantidade de variáveis contidas na visualização de dados. Um novo qr code era gerado e acrescido no devido parecer prévio. As dez páginas da visualização eram então convertidas em imagens e anexadas ao documento. Aos poucos, esse processo foi ficando cada vez mais rápido, chegando no final a levar apenas duas horas.

A aplicação prática do trabalho cumpriu o seu objetivo principal de facilitar o acesso à informação e de apresentar novas formas de comunicação para a prestação de contas públicas, na medida que o Parecer Prévio de Contas, nesse sentido, é parte fundamental para assegurar uma gestão transparente e processo de accountability. Conceito esse que, segundo Spinoza (2012), pode ser entendido como controle, fiscalização, responsabilização ou, ainda, prestação de contas. O sistema de accountability aponta para a transparência e a acessibilidade das informações em todas as esferas da ação pública. Assim, somente a publicização dessas informações não garante que o processo de accountability esteja completo. É preciso que o receptor da mensagem, gestores, agentes políticos e cidadãos, consigam compreender os dados da mensagem. É aí que entra o papel da comunicação no processo. Assim, constata-se a atualidade do tema e a sua relevância, sobretudo para o aprimoramento da atuação do Tribunal de Contas, com a disseminação das informações constantes dos Pareceres Prévios nos municípios, sob uma nova perspectiva, que facilite a compreensão e utilização pelos gestores, pela Câmara de Vereadores e pela sociedade em geral.

---

<sup>113 113</sup> Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2021/lei/l14129.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14129.htm). Acesso em: set. 2021.

---

A medição de seus impactos, no seu sentido quantitativo, porém, se mostra difícil de mensurar, já que a própria ferramenta usada não permite métricas de acesso. Apesar disso, acredita-se que a aplicação do trabalho foi um passo importante. O trabalho foi apresentado a outros Gabinetes de Conselheiro Substituto de diversos Tribunais de Contas do país, que se mostraram interessados e curiosos em aprender o funcionamento e aplicabilidade de modelos como este.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O Parecer Prévio é uma importante ferramenta para o aprimoramento da gestão governamental, na medida em que confere legibilidade em relação às contas governamentais e oferece respostas ao cidadão e aos demais atores sociais acerca da gestão municipal. Assim, o acesso a essas informações de modo claro e compreensível é primordial para um processo eficiente de comunicação, bem como para o pleno exercício da cidadania. Constata-se a atualidade do tema e a sua relevância, sobretudo para o aprimoramento da atuação do Tribunal de Contas, com a disseminação das informações constantes dos Pareceres Prévios nos municípios, sob uma nova perspectiva, que facilite a compreensão e utilização pelos gestores, pela Câmara de Vereadores e pela sociedade, de um modo geral.

Apesar de já ter adquirido certa experiência com o assunto durante o estágio, e de ter desenvolvido outros modelos de visualizações de dados nos anos de 2019 e 2020, ainda assim, a execução do trabalho foi mais desafiadora do que parecia a princípio quando a ideia começou a ser desenvolvida. Primeiro, a própria complexidade das questões tratadas na análise da prestação de contas, como o cálculo de limites, ora máximos, ora mínimos, ora sobre uma determinada receita, ora sobre uma determinada despesa. Foi necessário, assim, eleger critérios de apresentação dos dados que possibilitassem maior uniformidade e clareza.

A responsabilidade do jornalista com a clareza e a precisão dos dados e das informações, não só como repórter, mas como também, nesse caso, assessor de imprensa/comunicação, foi sentido a cada passo do desenvolvimento deste trabalho. Cada palavra, termo e gráfico foram pensados e repensados com cuidado e responsabilidade, atentando a cada detalhe.

---

## REFERÊNCIAS

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas Editora, 2007.

IOCKEN, Sabrina Nunes; DE OLIVEIRA, Sonia Endler. O Parecer Prévio das contas governamentais no âmbito municipal: decodificação, relevância e avaliação de resultados como requisitos democráticos. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 7. 2020, Brasília. **Anais**. [...]. Brasília: Sbpap, 2020. Disponível em: <https://ebap.online/ebap/index.php/VII/viiebp/paper/viewFile/1143/347> Acesso em: 4 ago. 2021.

NOGUEIRA, Daniel Moura. **Infografia no Brasil**: panorama de uma linguagem multimodal. 2019. 242 f. Tese (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

ROSLING, Hans; ROSLING, Ola; ROSLING, Anna Rosling. **Factfulness**: o hábito libertador de só ter opiniões baseadas em fatos. 7. ed. Suécia: Record, 2019.

## **DIRETRIZES**

A *Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação (INICIACOM)* é uma publicação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, que tem o objetivo de valorizar o trabalho do estudante de cursos da área da Comunicação como pesquisador em formação.

A Intercom retoma a publicação da revista, que será anual, podendo ter edições especiais, por acreditar na importância de garantir oportunidades aos discentes que experenciam ou já experenciaram a participação em projetos de ensino, pesquisa e extensão, em especial em atividades de iniciação científica.

A Iniciacom publica textos inéditos de estudantes de graduação em Comunicação e áreas afins e recém-formados até um ano após a conclusão do curso. Trabalhos apresentados em congressos ou no Intercom Regional podem ser publicados desde que haja uma nota de rodapé indicando as informações sobre o evento onde foi apresentado. Não serão publicados trabalhos apresentados no Intercom Júnior Nacional aprovados para publicação no E-book especial de cada congresso.

A submissão e avaliação dos trabalhos é feita por meio do Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas (SEER), que pode ser acessado no endereço <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom>. A chamada para submissão de novos trabalhos é aberta uma vez ao ano e é divulgada na página da revista no Portal Intercom, no endereço <http://www.portalintercom.org.br/publicacoes/revista-iniciacom/>.

Seguindo as atuais Diretrizes do Movimento de Acesso Público (tanto brasileiro como Internacional), os Direitos Autorais para artigos publicados nesta revista são do autor, com direitos de primeira publicação para a revista. Os artigos, resenhas e notícias aqui publicados são de uso gratuito, podendo ser utilizados em aplicações educacionais e não-comerciais, depositados em um repositório da instituição dos autores docentes, desde que citada a fonte. Os originais não serão devolvidos aos autores.

As opiniões emitidas pelos autores dos artigos são de sua exclusiva responsabilidade. Dúvidas pelo e-mail [iniciacom@intercom.org.br](mailto:iniciacom@intercom.org.br).

---

## NORMAS DE PUBLICAÇÃO

Formatos de textos aceitos para publicação

### 1. Artigos

Os artigos, com extensão de cinco a dez páginas, serão formatados em página A4 e fonte Times New Roman, corpo 12, com entrelinhas de 1,5.

Os textos devem ser formatados de acordo com o template disponível no endereço <http://www.portalintercom.org.br/publicacoes/revista-iniciacom/revistainiciacomapresentacao>.

Os textos devem contemplar, além de todas as orientações do template, introdução, apresentação da pesquisa, referencial teórico-metodológico, resultados (parciais ou totais), considerações finais e referências bibliográficas.

Os textos devem ser acompanhados de um resumo, formatado em espaçamento simples, com no máximo 450 caracteres (com espaços), contendo tema, objetivos, metodologia e o principal resultado alcançado. O resumo deve ser seguido de três a cinco palavras-chave. As mesmas especificações valem para os textos de dossiês temáticos.

Os títulos, o resumo e as palavras-chave dos artigos e dos dossiês devem ser acompanhados de versão em inglês.

### 2. Entrevistas

Entrevistas podem ter até dez páginas, com breve texto introdutório a respeito do entrevistado e enfoque em sua atuação acadêmica ou profissional. O restante do conteúdo deve ser disponibilizado em formato de pergunta e resposta. O texto deve ser encaminhado junto com uma foto do pesquisador ou profissional (extensão JPEG, 300 dpi), com a autorização para publicação da imagem e com o crédito do fotógrafo. Solicita-se não colar a foto no arquivo Word, mas anexá-la separadamente.

### 3. Resenha

As resenhas devem ter título próprio, que deve ser diferente do título do livro, referência bibliográfica completa da obra resenhada incluindo o número de páginas e nome/instituição do

autor da resenha. Além disso, a capa do volume resenhado deve ser digitalizada e encaminhada em formato JPEG, 300 dpi, em arquivo separado. A foto não deve ser colada no arquivo Word. Em todos os casos, as colaborações devem conter breve currículo dos autores, de no máximo cinco linhas, e respectivos endereços eletrônicos.