

GUERRAS (NÃO TÃO) SILENCIOSAS E DISTOPIAS REAIS: A INFLUÊNCIA DOS MEIOS MADIÁTICOS NA CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS DISTORCIDAS PARA MANIPULAÇÃO POLÍTICA

Bella Beatriz Martins Gomes de Oliveira¹

bella.beatriz@ufms.br

Instituto Federal de Mato Grosso do Sul

III Seminário de Pós-graduação do IFMS – SEMPOG IFMS 2023

Resumo. O surgimento de “notícias falsas” é um imperativo para a manipulação dos discursos em mídias sociais, de modo que as ameaças desses atos são uma oportunidade para demonstrar ainda mais o valor do jornalismo idôneo. Essas guerras (não tão) silenciosas que ocorrem no meio político e econômico, em que as pessoas comuns não veem o que ocorre por trás dos bastidores, sofrendo apenas a consequência da construção dessas narrativas, podem ser verificadas em diversas obras literárias e cinematográficas, entre elas o livro de Ricardo Lísias, *Diário da Catástrofe Brasileira*, de 2020, e o filme disponibilizado pela Netflix, *Não Olhe Para Cima*, de 2021. De tal forma, o objetivo deste estudo é analisar o impacto das narrativas produzidas e apresentadas pelas mídias de comunicação em massa na construção do cotidiano das pessoas comuns. Para alcançar tal objetivo, foi utilizado o método de revisão bibliográfica, buscando informações em livros, artigos e bancos de dados acadêmicos virtuais, tais como: SciElo, Elsevier e Google Acadêmico.

Palavras-Chave: *Diário da Catástrofe Brasileira; Não Olhe Para Cima; Literatura e Comunicação.*

Abstract. The emergence of “fake news” is an imperative for the manipulation of discourses in social media, so threats from these acts are an opportunity to further demonstrate the value of honest journalism. These (not so) silent wars that occur in the political and economic environment, in which ordinary people do not see what is happening behind the scenes, suffering only the consequence of the construction of these narratives, can be verified in several literary and cinematographic works, among them the book by Ricardo Lísias, *Diary of the Brazilian Catastrophe*, from 2020, and the film made available by Netflix, *Don't Look Up*, from 2021. In this way, the objective of this study is to analyze the impact of the narratives produced and presented by the media of mass communication in the construction

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS. Licenciada em Letras – Português/Inglês e especialista em Literatura Brasileira. Contato: bellabeatriz0204@live.com

of everyday life for ordinary people. To achieve this objective, the bibliographic review method was used, seeking information in books, articles and virtual academic databases, such as: SciElo, Elsevier and Google Scholar.

Keywords. *Diary of the Brazilian Catastrophe; Don't Look Up; Literature and Communication.*

1. Introdução

No atual contexto de desinformação e/ou informação errada, o perigo real não é a regulamentação injustificável da propagação de informações em mídias digitais, mas o fato de que o público pode desacreditar de todo conteúdo divulgado. Nessa situação, é provável que as pessoas considerem todo tema endossado pelas redes sociais como confiável. Os impactos negativos que isso tem sobre as crenças públicas sobre saúde, ciência, compreensão intercultural e o status de competência profissional autêntica podem ser observados.

Esse impacto no público também é especialmente preocupante para a própria ideia de democracia como um direito humano. O que a desinformação busca (principalmente durante uma pesquisa) não é necessariamente convencer o público de que seu conteúdo é verdadeiro, mas impactar o que as pessoas acham importante e turvar as águas informacionais para enfraquecer os fatores de racionalidade nas escolhas de cada um.

Os meios de comunicação são extremamente importantes para a transmissão e o acesso de informações em diferentes locais do mundo. Contudo, apesar de estarmos, na atualidade, em um mundo globalizado e, supostamente, civilizado, ainda ocorrem diversos problemas nesse processo de troca de diálogos e de conteúdo, especialmente devido a indivíduos que manipulam essas informações, noticiando, seja por meio da rede televisiva, seja por meio da internet e, em particular, no compartilhamento de *fakenews* em redes sociais. Esse comportamento comunicacional tem sido largamente usado para fins de desestabilização e desinformação.

Ressalta-se que o surgimento de “notícias falsas” é um imperativo para o jornalismo e, ao mesmo tempo, as ameaças também são uma oportunidade para demonstrar ainda mais o valor da mídia. Isso nos oferece a oportunidade de destacar a importância de disseminar informações verificáveis e comentários úteis em áreas de interesse público (JORGE, 2019).

A sociedade, em geral, encontra-se alarmada com os casos em que autoridades públicas denigrem, intimidam e ameaçam a mídia, inclusive declarando que ela se constitui como “oposição” ou “mentira” e tem uma agenda política oculta, o que aumenta o risco de ameaças e violência, minando a confiança do público e a fé no jornalismo e pode enganar as

peças ao confundir as linhas entre desinformação e produtos de mídia que contêm fatos verificáveis de forma independente. (ESG, 2019)

Essas questões têm se agravado cada vez mais, tornando-se, em parte, uma ferramenta de manipulação política e de descredibilização de fatos e estudos científicos (MARINONI; GALASSI, 2020). Essas guerras (não tão) silenciosas que ocorrem no meio político e econômico, em que as pessoas comuns não veem o que ocorre por trás dos bastidores, sofrendo apenas a consequência da construção dessas narrativas, podem ser verificadas em diversas obras literárias e cinematográficas, entre elas o livro de Ricardo Lísias, *Diário da Catástrofe Brasileira*, de 2020, e o filme disponibilizado pela Netflix, *Não Olhe Para Cima*, de 2021.

A pretensão do estudo é analisar o impacto das narrativas produzidas e apresentadas pelas mídias de comunicação em massa na construção do cotidiano das pessoas comuns. Para alcançar tal objetivo, foi utilizado o método de revisão bibliográfica, buscando informações em livros, artigos e bancos de dados acadêmicos virtuais, tais como: SciELO, Elsevier e Google Acadêmico, publicados no período de 2013 a 2023, em língua portuguesa, inglesa e espanhola, mediante descritores, como: Fakenews; Manipulação dos Meios de Comunicação; Narrativas Audiovisuais; Mídias Digitais; Cultura de Convergência; Cultura de Conexão.

2. A história e os propósitos dos meios de comunicação midiáticos

2.1 As mídias: história e propósitos

Os meios de comunicação surgiram diante da necessidade de o ser humano se relacionar. Briggs e Burke (2006) referem que durante muitos séculos, o discurso oral foi fonte de transmissão de mitos e fábulas que serviam como forma de afirmação de determinados valores e ideias sociais que eram transmitidos de geração em geração. Para esses autores, um meio de comunicação é um sistema técnico utilizado para realizar qualquer tipo de comunicação. Esse termo normalmente se refere aos meios de comunicação de caráter massivo, ou seja, aqueles que fornecem informações ou conteúdo para as massas, como a televisão ou o rádio.

Em muitas sociedades, era importante a figura do "pregoeiro", que se dedicava a anunciar oralmente as principais notícias de uma vila ou cidade. No século XIX, uma série de invenções (o telégrafo a cabo, o telégrafo sem fio e o telefone) marcaram o desenvolvimento dos sistemas de comunicação da população. Ao longo dos anos, desenvolveram-se diferentes

tipos de meios de comunicação, tanto de massa como interpessoais (BRIGGS; BURKE, 2004).

A comunicação oral e a transmissão escrita por meio de manuscritos, símbolos ou pinturas foram preponderantes na sociedade até o surgimento da imprensa no século XV. Inventada pelo ourives alemão Johannes Gutenberg, a imprensa é considerada o início dos meios de comunicação de massa e essa invenção deu origem à circulação dos primeiros panfletos e jornais. Por vários séculos, os meios gráficos foram o principal meio de comunicação de massa, até o surgimento da televisão no início do século XX.

A primeira transmissão televisiva pública foi feita pela BBC no Reino Unido em 1927 por meio de sistemas mecânicos. As transmissões eletrônicas começaram na França e no Reino Unido, em 1937. Essas emissões foram possíveis graças ao desenvolvimento dos tubos de raios catódicos e do iconoscópio (captador eletrônico). Em 1952, foi feita a primeira transmissão de televisão em cores.

Coube ao físico alemão Heinrich Rudolf Hertz lançar as bases dos sinais de rádio ao descobrir que as ondas eletromagnéticas se propagam a uma velocidade semelhante à da luz. A partir de 1894, Guglielmo Marconi construiu o primeiro sistema completo de telegrafia sem fio baseado em ondas hertzianas, que foi aplicado pela primeira vez em comunicações militares. Em 1901, Marconi realizou uma comunicação de rádio transatlântica e, em 1906, Reginald Aubrey Fessenden transmitiu de Massachusetts, Estados Unidos, a primeira transmissão de áudio da história mundial.

Finalmente, a necessidade de interligar computadores nos trouxe a Internet, sendo a ARPANET, criada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, a primeira rede de computadores. Tinha como propósito estabelecer a comunicação entre as diferentes instituições que o compunham. Essa ideia foi replicada mundo afora até a criação da grande rede global conhecida como Internet, cujo desenvolvimento deveu-se às contribuições de vários cientistas e engenheiros com diferentes tecnologias e sistemas.

2.2 A cultura da convergência

Ao longo dos anos e graças aos desenvolvimentos tecnológicos, os meios de comunicação conseguiram conectar pessoas de diferentes partes do mundo, não só pela voz, mas também pela imagem, permitindo que as pessoas se comunicassem à distância.

Os meios de comunicação de massa formam uma opinião geral em um determinado momento acerca dos conhecimentos e julgamentos sobre a realidade que os cerca. Além disso,

os meios de comunicação de massa servem como fonte de publicidade ou promoção para organizações, fundações, empreendimentos e empresas; geram conteúdos educativos e de interesse geral e permitem a compra e venda de bens e serviços.

Vale lembrar que Hitler escreveu, em Mein Kampf, que “a mais brilhante técnica de propaganda não vai ter sucesso a menos que se leve sempre em conta um princípio fundamental: ela tem de se limitar a alguns pontos e repeti-los sem parar” (HARARI, 2018, p. 245).

Cientes disso, grandes corporações de mídia estão aprendendo a agilizar o processo de comunicação de marketing para obter novas oportunidades de negócios em torno de comunidades virtuais e inculcar no pensamento das pessoas a necessidade de adquirir seus produtos. No entanto, os indivíduos começam a ter tanto poder de mídia quanto as grandes empresas, o que significa uma luta entre duas forças que está desenhando um novo cenário social.

Tudo isso faz com que os cidadãos estejam cada vez mais informados, seja pela cultura popular, seja pelas informações das grandes corporações. De fato, a cultura popular assumiu as novas responsabilidades de educar o público e inspirá-lo a participar de processos sociais, leituras, compras, interatividade com outras pessoas e participação política. Essas mudanças significaram uma transformação na maneira de como nos relacionamos com a mídia, implicando, assim, uma nova forma de participar e aprender: a transmídia.

Jenkins (2006) esclarece que, na forma ideal de narrativa transmídia,

[...] cada meio faz o que faz de melhor para que a história possa ser introduzida num filme, expandida através de televisão, romances e quadrinhos, e seu mundo pode ser explorado e experimentado também através de jogo. Cada entrada da franquia precisa ser bastante autossuficiente para permitir o consumo autônomo. Ou seja, você não precisa ter visto o filme para desfrutar do jogo e vice-versa. (JENKINS, 2006, p. 2)

Obviamente, esse comentário relaciona-se, sobretudo com a indústria de entretenimento, e se deve aos avanços tecnológicos que permitem que as pessoas estejam a cada dia mais conectadas. Porém, em vez de tornar a informação mais fácil e acessível, fica cada vez mais difícil obtê-la, pois os grandes grupos de comunicação se assemelham a famílias desfeitas em que seus membros não se falam, mas cada um persegue seus interesses de curto prazo, mesmo em detrimento de outras divisões das próprias empresas.

Nesse sentido, fica claro que a leitura por meio da mídia gera mais consumo. Jenkins (2006) revela que

[...] tal abordagem multifacetada para contar histórias vai permitir um modo mais sofisticado, complexo, e gratificante de fazer surgir a narrativa para além das

limitações de entretenimento comercial. Mas isso também faz sentido economicamente falando. Diferentes meios para atrair diferentes nichos de mercado. Filmes e programas de televisão, provavelmente possui audiência mais diversificada do que quadrinhos e jogos. Uma boa franquia transmídia atrai um público mais amplo, lançando o conteúdo de forma diferente em diferentes mídias. Se cada trabalho individualmente oferece novas experiências, então um mercado transmídia irá expandir o potencial bruto dentro de qualquer mídia individual. (2006, p. 3).

Há, ainda, empresas que continuam a diferenciar a comunicação digital da offline, quando vivemos num mundo *omnicanal*. Ou seja, na era da transformação digital, onde a comunicação é transmídia, tudo deve ser orquestrado em uma única estratégia, em que cada canal de comunicação deve contribuir com o que sabe fazer de melhor em convergência midiática aos seus próprios interesses (JENKINS, 2015; JENKINS; FORD; GREEN, 2015).

Jenkins (2015) aponta o cientista político Ithiel de Sola Pool como o ‘profeta da convergência midiática’, devido ao seu discurso sobre a propriedade da mídia. Segundo esse pensamento, a liberdade é maior quando a mídia está dispersa e descentralizada (em convergência), assim, todos podem gerar informações. Ao contrário, quando há concentração da mídia e ela é monopolizada, há maior controle por parte de quem está no poder.

Tudo isso faz com que os cidadãos estejam cada vez mais informados e conectados, seja pela cultura popular, seja pelas informações das grandes corporações (JENKINS; FORD; GREEN, 2015). De fato, a cultura popular assumiu as novas responsabilidades de educar o público e inspirá-lo a participar de processos sociais.

É interessante comentar que pessoas e comunidades acessam os diferentes meios de comunicação para dispor de material informativo que descreva, explique e analise dados e eventos de vários tipos (políticos, econômicos, sociais ou culturais) em âmbito local ou global. Isso mostra que os meios de comunicação têm tido um papel preponderante no desenvolvimento humano e das sociedades e seu principal objetivo tem sido oferecer-se como um canal por meio do qual as pessoas se comunicam ou obtêm e transmitem informações.

Nos últimos tempos, o imediatismo emergiu como a principal qualidade da mídia, permitindo que os consumidores estejam imediatamente cientes de notícias e eventos relevantes de várias partes do mundo, trazendo em seu bojo, todavia, o perigo e a ameaça de notícias falsas: as Fake News.

3 Fake News: a influência da criação e da manipulação de narrativas nas mídias digitais

3.1 O surgimento das Fake News

Com a intenção de enganar as pessoas para alterar a sua interpretação da realidade as Fake News não são assunto novo. Há, atualmente, uma manipulação proposital de informações.

No Brasil, por exemplo, esse fenômeno da manipulação de informações deu origem ao Projeto de Lei nº 2.630/2020, chamado “PL das Fake News”, tão divulgado nos meios de comunicação e em discussão no Congresso Nacional. A partir disso, foi instalada a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das Fake News, que também se encontra em prossecução. Além disso, o Supremo Tribunal Federal (STF) instituiu o Inquérito nº 4.781, conhecido como “Inquérito das Fake News” (COSTA, 2020; ESG, 2019).

Como registrado pela ESG, se por um lado, tal fenômeno favorece a disseminação de “notícias falsas, que requerem checagem de veracidade, ao mesmo tempo, impõe aos cidadãos uma reflexão crítica das mensagens e permite ampliar a participação democrática”. (2019, p. 109).

Segundo Keen (2009), “uma realidade arrepiante nessa admirável nova época digital é o obscurecimento, a ofuscação e até o desaparecimento da verdade”. O autor acrescenta que esse solapamento da verdade

[...] está ameaçando a qualidade do discurso público civil, estimulando o plágio e o roubo da propriedade intelectual e sufocando a criatividade. Quando anúncios e relações públicas são disfarçados como notícias, a linha entre fato e ficção perde a nitidez. Em vez de mais comunidade, conhecimento e cultura, tudo que a Web 2.0 fornece é mais conteúdo duvidoso proveniente de fontes anônimas, sequestrando nosso tempo e explorando nossa credulidade. (KEEN, 2009, p. 21)

Sobre a cultura digital ou cybercultura, como bem salienta Lèvy (2010, p. 30), a Inteligência coletiva que a favorece “é, ao mesmo tempo um veneno para aqueles que dela não participam e um remédio para aqueles que mergulham em seus turbilhões e conseguem controlar a própria deriva no meio de suas correntes”.

O questionamento que se faz é, todavia, sobre o tipo de uso que se faz desse material tão abundante nas redes sociais, visto que muitas informações vêm para instaurar o caos entre as pessoas (EMPOLI, 2019). Muita informação, opinião e conteúdo diverso está disponível e é compartilhado nos meios digitais, contudo, pouca coisa se reflete e se transforma em conhecimento.)

No entanto, conforme preconizado por Hannah Arendt, fatos e opiniões não devem ser vistos como antagonistas uns dos outros, pois pertencem à mesma esfera. “Os fatos informam as opiniões e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e paixões, podem diferir

enormemente e serem mesmo assim, legítimas, desde que respeitem a verdade factual”. (ARENDDT, 1968, apud SÁ, 2019, p. 119),

Isso ocorre somente a partir do uso consciente das notícias recebidas e ignorando a simples “apropriação dos conteúdos da inteligência coletiva de outros contextos, para que, ao invés de um aumento da inteligência coletiva, não ocorra um aumento na alienação coletiva e na superficialidade do pensamento” (ROCHA; OLIVEIRA, 2014, p. 13).

3.2 A manipulação de narrativas em mídias digitais

Uma vez que o uso de mídias digitais se generalizou e alguns questionaram a sobrevivência de formatos e suportes tradicionais, como livros, filmes, músicas gravadas etc., surge uma posição, a mais recente de todas, que propõe uma convergência cultural promovida por meio digital e/ou digitalização de produtos culturais. Essa posição não se preocupa apenas com as possibilidades narrativas que as diferentes mídias têm, mas também como elas convergem para criar histórias mais complexas, mundos imersivos transmídia, onde o leitor tem todo um leque de possibilidades de interação, de leitura e de interpretação. (CASSINO, 2018; JENKINS; FORD; GREEN, 2015).

Essas formas de convergência, muitas vezes facilitadas pelas redes digitais de informação, impõem desafios na construção de novas histórias para um público cada vez mais poliletrado, que demanda maior complexidade narrativa e midiática e, sobretudo, maior liberdade de participação. Embora seja apresentada como uma solução para as crises que as indústrias do entretenimento sofrem devido ao acesso cada vez mais aberto à informação e ao conteúdo, a cultura da convergência e o *transmedia storytelling* também parecem ser a solução mais próxima da integração a uma sociedade em transição (JENKINS, 2015).

Além disso, a construção desses produtos transmídia tem em suas raízes conceitos antigos, tanto da tradição narrativa quanto da cibercultura, mostrando um posicionamento mais consolidado desses fenômenos, muito embora venham sendo alvo de ações manipulatórias. (JENKINS, 2015; LÈVY, 2003)

No nível mais básico, conforme Jenkins (2006, p. 46), as narrativas transmídia são “histórias contadas através de múltiplas mídias. No momento, as histórias mais significativas (para o público em geral) tendem a ser apresentadas em várias plataformas de mídia”.

Lèvy (2003, p. 28-29) nos alerta, todavia, que “a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuos das pessoas, e não o culto de

comunidades fetichizadas e hipostasiadas”. É preciso, então, criar valor e significado, utilizando a mídia propagável.

Vale observar que, em seu estado ideal, uma narrativa transmídia busca explorar as qualidades e capacidades de cada meio, fazendo o que ela faz de melhor para criar um arcabouço narrativo complexo que pode ser estendido por diferentes mídias (filme, literatura, videogames, Internet), gramáticas (videografia, escrita textual) e linguagens (verbal, icônica, não verbal), em um amplo mundo narrativo com múltiplos pontos de entrada e convergência para a exploração ativa do leitor-consumidor-jogador. (BRIGGS; BURKE, 2004; CASSINO, 2018)

4 Não olhe para cima e o diário da catástrofe brasileira: o impacto dos jogos políticos nas narrativas midiáticas

Nas condições atuais, o ato de narrar constitui uma questão que transcende a mera ramificação de textos em ambientes cada vez mais específicos. Seu lugar e valor vão além dos estudos circunscritos ao campo da literatura, para dar lugar a possíveis articulações com o campo das Ciências Sociais. Por seu lado, estimando a função narrativa como ferramenta de análise das práticas de comunicação social, surge da sua unidade funcional como ação criativa de histórias que permitem, em todas as suas formas, apontar, articular e esclarecer a temporalidade da experiência, utilizando, para isso, diferentes mídias (RICOEUR, 2000).

Ao explorar a franquia Matrix como exemplo de narrativa transmídia, é importante pontuar que ela se revela

[...] uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento. A narrativa transmídia é a arte da criação de um universo” (JENKINS, 2006, p. 49).

Assim como em Matrix, no filme *Não olhe para cima*, dirigido por Adam McKay, Jenkins observa que os espectadores participam da narrativa ao perseguir

[...] pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento mais rica” (JENKINS, 2006, p. 49)

Entretanto, de forma muito mais explícita e satírica que a saga de Matrix, apresentada nas teorias de Jenkins sobre a cultura da convergência e da conexão, em que se trata sobre as questões transmidiáticas e de conexão entre as mais diversas plataformas proporcionadas pelo

mundo globalizado em que vivemos, o filme Não Olhe Para Cima (2021) apresenta a falta de senso crítico dos leitores, que são vítimas da manipulação de narrativas, seja por meio dos jornais, que são considerados idôneos por esses espectadores, seja por meio de outras mídias digitais, como as redes sociais.

No filme roteirizado por McKay e Sirota, um grupo de cientistas, representados principalmente por Leonardo DiCaprio e Jennifer Lawrence durante o enredo proporcionado pelos roteiristas, passa por uma série de situações inusitadas para que possam tratar da descoberta de um grande meteoro em rota de colisão com o planeta Terra, que pode destruí-lo. Apesar de suas inúmeras tentativas de avisar as autoridades, entre elas a Presidenta dos Estados Unidos, interpretada por Meryl Streep, e os telejornais, além de outras mídias, apenas se tornam motivo de chacota e memes na internet.

Em algumas das cenas, podemos notar essas tentativas desesperadas dos cientistas Dr. Randall Mindy e Kate Dibiasky em informar sobre a questão preocupante, como por exemplo na seguinte sequência cinematográfica, em que os atores permanecem à espera da chegada da presidenta, que os ignora propositalmente durante muito tempo, o que causa revolta na dupla de cientistas, devido à gravidade da situação, que está sendo negligenciada devido aos jogos políticos (Figura 1):

Figura 1 – Corredor em que aguardam os cientistas.



(2021)

Assim que os cientistas conseguem, finalmente entrar em contato com a Presidenta, como se pode verificar na Figura 2, a seguir, mais uma vez são ignorados pela atriz e ridicularizados por seu filho (Figura 3), interpretado por Jonah Hill, que recebeu um cargo político graças à posição da mãe como governante do país, o que configura o que se conhece como nepotismo e que faz paralelo com a realidade brasileira, que será abordada mais à frente, ao tratarmos da narrativa de Lísias:

Figura 2 – Reunião no Salão Oval da Casa Branca



(2021)

Figura 3 – Jason Orlean debocha da situação evidenciada por Kate Dibiasky e Dr. Randall Mindy



(2021)

Já em outro momento, ao tentar informar ao público da real situação, visto a falta de atenção da Presidenta Orlean em resolver ou ao menos amenizar a situação, os cientistas comparecem a um jornal famoso do universo em que vivem, para, apenas, serem ridicularizados mais uma vez e se tornarem memes nas redes sociais, perdendo toda e qualquer credibilidade sobre as importantes informações que tentavam transmitir:

Figura 4 – Kate Dibiansky torna-se alvo de deboche nas redes sociais



2021

Toda essa situação abordada pelo longa-metragem, produzido pela Netflix, pode ser comparado com as situações ocorridas no Brasil, especialmente quando tratamos da disseminação de FakeNews e da descredibilização de notícias idôneas e comunicados do universo científico, que tem o intuito de proteger e conscientizar a população civil.

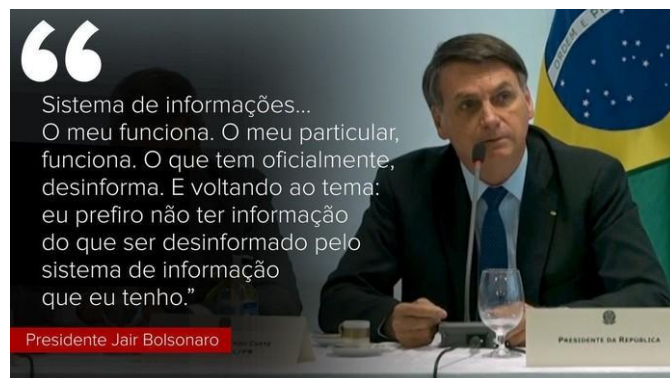
Um ponto relevante, descrito por Ricardo Lísias, ao tratar sobre a eleição de Bolsonaro no Brasil, sobre as comemorações veladas das atrocidades da Ditadura e as FakeNews espalhadas pelo Whatsapp (aplicativo de conversação/rede social muito utilizada no Brasil), apresenta uma questão absurda quanto ao enaltecimento dos episódios de 1964, afirmando que

[...] a Presidência da República repassou um vídeo mentiroso e cafona por um canal oficial de WhatsApp, compartilhado por um dos filhos do mito [Jair Bolsonaro]. Os perversos que o ex-capitão inspira deram suas bravatas de hábito, enquanto ele mesmo e sua tradicional covardia se mandaram, juntos e com intimidade para Israel. [...] O governo terraplanista parece pródigo em produzir situações ridículas. Não só ele: todo neofascismo consciente é atrapalhado, atabalhado e sem noção. Durante as manifestações contra o golpe de 1964 (e sua comemoração), um grupo de pessoas foi até a avenida Paulista e, com um discurso a favor do ex-capitão, provocou quem estava ali [com o intuito de causar escândalo]. (LÍSIAS, 2020, p. 129-136)

Tudo isso apenas gerou uma comoção exagerada por parte dos apoiadores bolsonaristas que falsificaram machucados para tirarem fotos e publicarem nas mídias sociais, o que foi aproveitado em programas televisivos sensacionalistas, além das próprias redes sociais, para alavancar a narrativa perpetuada por Bolsonaro e, conseqüentemente, auxiliá-lo em sua campanha e projeção como Presidente do Brasil.

Além disso, ainda podemos encontrar em outros estudos que tratam sobre essa questão, que durante o período da Pandemia de Covid-19, o então Presidente, além de negligenciar a saúde da população brasileira, ainda propagou diversas Fake News, desde afirmar que a doença não passava de uma “gripezinha” até a “receitar um coquetel de remédios, entre eles a Cloroquina e a Ivermectina, que não tem relação alguma com a Covid-19, que até o atual momento, em 2023, não há um remédio efetivo, sendo necessário passar pelas diversas doses de vacina proporcionadas pelas campanhas de vacinação da OMS (Organização Mundial de Saúde), que foram desacreditadas pelo ex-presidente, o que pode ser observado em diversos discursos registrados tanto por telejornais quanto no próprio canal de Bolsonaro, criado na plataforma Youtube, em que é possível encontrar, conforme disponibilizado pelo site G1, da Globo, algumas das falas do ex-presidente sobre a propagação de informações, como

Figura 5 – Frases de Bolsonaro durante Presidência.



Fonte: G1, 2020²

Esses fatos, explícitos tanto no filme Não Olhe Para cima, quanto na obra de Lísias e, principalmente, na realidade em que vivemos, demonstra como a manipulação de narrativas em displays digitais pode causar um grande impacto, de conotação extremamente negativa, nos discursos, nos sentimentos e nas ações da população, visto que as produções que

² Disponível em < <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/22/veja-as-principais-frases-do-presidente-jair-bolsonaro-durante-reuniao-ministerial-que-teve-gravacao-divulgada-pelo-stf.ghtml> >

alcançam as grandes massas populacionais, especialmente aquelas que não têm outro acesso à informação além daqueles com os quais estão acostumadas e, muitas vezes, não buscam plataformas idôneas para confirmar a veracidade dos fatos e dos pronunciamentos, causam desordem e alvoroço na sociedade.

Ao tratar dos acontecimentos referentes ao Brasil durante o governo de Bolsonaro, Oliveira (2021) essa circulação de desinformação do Governo Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19 foi um dos principais causadores das milhares de mortes e de negligência por parte da população em tratar da sua saúde e da saúde de toda a comunidade brasileira, considerando-se, ainda, que, em muitas entrevistas, como no caso do pronunciamento de Bolsonaro em 2020, o ex-presidente fazia chacota não só dos sintomas sofridos pelos pacientes internados por conta da Covid-19, mas também das pessoas que perderam suas vidas devido à doença, além do sofrimento de seus familiares, que, muitas vezes, viam seus entes queridos sendo enterrados em covas comuns, sem poder despedir-se (GARCIA, GOMES, VIANA, 2020).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na atualidade, o que se percebe é que as redes sociais são alimentadas por uma variedade de conteúdos, que vão do pessoal ao político. Há muitos casos produzidos aberta ou secretamente por governos e/ou por empresas de relações públicas contratadas por atores políticos ou comerciais. Como resultado, inúmeros blogueiros, influenciadores do Instagram e estrelas do YouTube promovem produtos sem revelar que são pagos para isso. Pagamentos secretos também são feitos para comentaristas (geralmente sob uma identidade falsa) que buscam afirmar, desacreditar ou intimidar em fóruns online.

Como se pode perceber, a partir do que se explicitou neste estudo sobre as “notícias falsas”, existe um imperativo político e econômico quando se trata das manipulações dos discursos em mídias sociais, o que ficou ainda mais evidente com a obra literária de Ricardo Lísias, *Diário da Catástrofe Brasileira*, e a obra cinematográfica *Não Olhe Para Cima*, que nos apresentam de que modo as ameaças desses atos são uma oportunidade para demonstrar ainda mais o valor do jornalismo idôneo, que não se deixa levar pelos jogos políticos.

Essas guerras, aqui retratadas como fenômenos não tão silenciosos, apesar de não serem tão estrondosas quanto uma bomba nuclear, fazem tanto barulho e causam tanto impacto quanto qualquer ataque militar organizado, e ocorrem no meio político e econômico,

em que as pessoas comuns não vêem o que acontece por trás dos bastidores, sofrendo apenas a consequência da construção dessas narrativas,

Cumpre-nos, dessa forma, ressaltar, mais uma vez, a importância (e a necessidade) de estudar o fenômeno das *fake news*, lembrando que este estudo não esgota o assunto. Convém, portanto, que se realizem outras pesquisas sob a égide de novas perspectivas, a fim de que o conhecimento sobre o tema seja não apenas ampliado como também debatido e aprofundado.

Estar atento à evolução multifacetada da “desordem da informação” do século XXI deve ajudar a entender melhor as causas e as consequências dessa ameaça global sem precedentes, que vai desde o assédio de jornalistas sancionados pelo estado até à fraude eleitoral (manipulação política), danos à saúde pública e falha em reconhecer o risco de acreditar e disseminar notícias falsas.

REFERÊNCIAS

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia:** de Gutenberg à Internet. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

CASSINO, João Francisco. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação midiática. In: SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. A. da. **A sociedade de controle:** manipulação e modulação nas redes digitais. 1. ed. São Paulo: Hedra, 2018, 153 p.

COSTA, Edmilson José. **O fenômeno das fake news nas redes sociais e sua influência na expressão psicossocial do Poder Nacional.** Monografia apresentada ao Departamento de Estudos da Escola Superior de Guerra como requisito à obtenção do diploma do Curso de Altos Estudos Política e Estratégia (CAEPE). Rio de Janeiro: ESG, 2020.

EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos:** como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. 1. ed. São Paulo: Vestígio, 2019, 141 p.

ESG - Escola Superior de Guerra (Brasil). **Fundamentos do Poder Nacional.** Rio de Janeiro: ESG, 2019. 164 p.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século 21.** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

JENKINS, Henry. **Convergence culture:** where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão:** criando valor e significado por meio da mídia propagável. Aleph, 2015.

JORGE, Thaís de Mendonça. Notícia versus fake news: a explosão discursiva das informações falsas e o mundo dos jornalistas. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio (org.).

As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização, filter bubbles. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019. 301 p.

KEEN, Andrew. **O Culto do Amador**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

LÈVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva:** por uma antropologia do ciberespaço. 4ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LÈVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 2010

LÍSIAS, R. **Diário da catástrofe brasileira:** ano I: o unimaginável foi eleito. 1ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2020.

MARINONI, Bruno; GALASSI, Vanessa. Aspectos da desinformação, capitalismo e crises. In: MARTINS, Helena (org.). **Desinformação:** crise política e saídas democráticas para as fake news. 1. ed. São Paulo: Editora Veneta, 2020. 108 p.

MCKAY, Adam. **Não olhe para Cima**, 2021. Disponível em:

<<https://www.netflix.com/watch/81252357?source=35>> Acesso: 12/12/22.

OLIVEIRA, Antonio Peixoto. **No olho do furacão:** a circulação das fake news do governo Jair Bolsonaro nas plataformas durante a Pandemia do Covid-19. 2021. Dissertação de Mestrado – Universidade Federal de Brasília, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Comunicação, RS. Disponível em

<[https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/25696/DIS_PPGCOMUNICA%
c3%87%c3%83O_2021_OLIVEIRA_ANTONIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/25696/DIS_PPGCOMUNICA%c3%87%c3%83O_2021_OLIVEIRA_ANTONIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>

SÁ, Alexandre Franco de. Pré-verdade, verdade e pós-verdade: um percurso rumo à política contemporânea. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio (org.). **As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade:** manipulação, polarização, filter bubbles. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019. 301 p.