

Ciências da Comunicação 3

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2019

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Ciências da Comunicação 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Natália Sandrini e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C569 Ciências da comunicação 3 [recurso eletrônico] / Organizadora
Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa
(PR): Atena Editora, 2019. – (Ciências da Comunicação; v. 3)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-206-7

DOI 10.22533/at.ed.067192503

1. Comunicação – Aspectos políticos. 2. Comunicação de massa.
3. Internet. 4. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu
Torres. II. Série.

CDD 302.2

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de
responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos
autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

O terceiro volume da obra “Ciências da Comunicação” é composto por 25 artigos que retratam as transformações proporcionadas pela internet e as formas como se estabelecem a comunicação e os relacionamentos no mundo social.

Os autores abordam a interação simbólica na era digital, o uso das plataformas online pelas empresas, o jornalismo impresso frente à internet e os novos fluxos informativos. Os artigos refletem sobre a sociabilidade nas redes sociais, a formação de identidade e a sensação de pertencimento dos usuários. As pesquisas também revelam as mudanças na forma de armazenamento de informações e arquivamento fotográfico, o alcance das mensagens no ambiente online e o uso das novas plataformas digitais pelas organizações.

No segundo núcleo temático, os artigos são voltados à educação, com discussões relevantes sobre as práticas apoiadas em tecnologias digitais de comunicação e informação (TDIC) e a necessária qualificação dos docentes. Os pesquisadores também trazem discussões sobre a utilização das mídias digitais no processo de ensino-aprendizagem e apresentam relatos de experiências educolaborativas.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
CRÍTICAS À EPISTEMOLOGIA MODERNA PELO VIÉS DA TEORIA CRÍTICA E DA TEORIA ATOR-REDE	
Tarcísio de Sá Cardoso	
DOI 10.22533/at.ed.0671925031	
CAPÍTULO 2	13
ÉTICA E COMUNICAÇÃO DO INDIVÍDUO NA PÓS-MODERNIDADE	
Gabriela Queiroz Melo	
Sandra Maria Rocha de Carvalho	
Diego Frank Marques Cavalcante	
DOI 10.22533/at.ed.0671925032	
CAPÍTULO 3	23
GISELA SWETLANA ORTRIWANO E AS CARACTERÍSTICAS DO RÁDIO: REFLEXÕES EM TEMPO DE INTERNET	
Lourival da Cruz Galvão Júnior	
DOI 10.22533/at.ed.0671925033	
CAPÍTULO 4	35
A INTERAÇÃO SIMBÓLICA NA ERA DIGITAL: ENTENDENDO REDES SOCIAIS COM PEIRCE E BLUMER	
Jorge Antonio de Moraes Abrão	
Anderson Vinicius Romanini	
DOI 10.22533/at.ed.0671925034	
CAPÍTULO 5	47
TECNOLOGIA SOCIÁVEL EM RELAÇÕES PÚBLICAS: CASO MAGAZINE LUIZA	
Taisa Sanitá Selis	
DOI 10.22533/at.ed.0671925035	
CAPÍTULO 6	57
O JORNALISMO IMPRESSO FRENTE À INTERNET: IMPLICAÇÕES NA DECODIFICAÇÃO DE UM NOVO GÊNERO	
Mirian Martins da Motta Magalhães	
Fabiana Crispino dos Santos	
Elaine Vidal Oliveira	
Marcio Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.0671925036	
CAPÍTULO 7	70
JORNALISMO E DISCURSO DE ÓDIO NAS REDES SOCIAIS	
Caroline Pignaton	
Ruth Reis	
DOI 10.22533/at.ed.0671925037	
CAPÍTULO 8	81
O JORNALISMO DIANTE DOS NOVOS FLUXOS INFORMATIVOS: PRINCÍPIO EDITORIAS DO GRUPO GLOBO E A GRAMÁTICA DE PRODUÇÃO NOTICIOSA	
Milton Julio Faccin	
DOI 10.22533/at.ed.0671925038	

CAPÍTULO 9	93
OS TELEJORNALISTAS E O APLICATIVO WHATSAPP NA ROTINA PRODUTIVA DAS REDAÇÕES	
Mozarth Dias de Almeida Miranda	
Sérgio Arruda de Moura	
Carlos Henrique Medeiros de Souza	
Victor Tomazinho Bartolazzi	
DOI 10.22533/at.ed.0671925039	
CAPÍTULO 10	107
VEM VER O SEMIÁRIDO: A PRÁTICA INTERDISCIPLINAR DE PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS NO CURSO DE JORNALISMO	
Mayara Sousa Ferreira	
Ruthy Manuella de Brito Costa	
Lana Krisna de Carvalho Morais	
DOI 10.22533/at.ed.06719250310	
CAPÍTULO 11	121
REDES SOCIAIS DA INTERNET: IDENTIDADE, PERTENCIMENTO E SOCIABILIDADE	
Catarina Carneiro de Andrade Lima	
Silas Nogueira	
DOI 10.22533/at.ed.06719250311	
CAPÍTULO 12	134
MEMÓRIA MÓVEL: ARQUIVOS FOTOGRÁFICOS NA ERA DIGITAL	
Kety Luzia de Amorim Marinho	
Aline Maria Grego Lins	
DOI 10.22533/at.ed.06719250312	
CAPÍTULO 13	145
DIVERSIDADE DE CORPOS: O CORPO GORDO ATRAVÉS DAS ARTES, REDES SOCIAIS E O MOVIMENTO PLUS SIZE	
Patricia Assuf Nechar	
DOI 10.22533/at.ed.06719250313	
CAPÍTULO 14	158
TRABALHO GRATUITO NAS REDES: OS USUÁRIOS A SERVIÇO DO CAPITAL	
Guilherme Bernardi	
Manoel Dourado Bastos	
DOI 10.22533/at.ed.06719250314	
CAPÍTULO 15	168
ALCANCE DE POSTS NO TWITTER: EVIDENCIANDO A DIFERENÇA ENTRE AUDIÊNCIA POTENCIAL E IMPRESSÕES DE MENSAGENS A PARTIR DE UM EXPERIMENTO	
Caio Cesar Giannini Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.06719250315	
CAPÍTULO 16	182
O USO DO INSTAGRAM STORIES PELAS ORGANIZAÇÕES: UMA ANÁLISE DOS PERFIS DAS CASAS NOTURNAS MARGOT E SINNERS	
Amanda Paloschi Bueno	
Vanessa Hauser	
DOI 10.22533/at.ed.06719250316	

CAPÍTULO 17	196
MÍDIAS SOCIAIS E CIBERDEMOCRACIA: UMA ANÁLISE DO FACEBOOK DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA	
Emanuelle Tronco Bueno Renata Patrícia Corrêa Coutinho	
DOI 10.22533/at.ed.06719250317	
CAPÍTULO 18	208
MÍDIAS SOCIAIS E DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: REFLEXÕES SOBRE AS CONTRIBUIÇÕES CIENTÍFICAS E SOCIAIS DA DICIPA PARA A UNIPAMPA	
Franceli Couto Jorge	
DOI 10.22533/at.ed.06719250318	
CAPÍTULO 19	222
PRÁTICAS APOIADAS EM TECNOLOGIAS DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO (TDIC) NA EDUCAÇÃO BÁSICA: PERSPECTIVA EDUCOMUNICATIVA	
Gláucia Silva Bierwagen	
DOI 10.22533/at.ed.06719250319	
CAPÍTULO 20	238
EDUCOMUNICAÇÃO AMBIENTAL: DOCUMENTÁRIO TELEVISIVO COMO FERRAMENTA DE ENSINO NAS ESCOLAS PÚBLICAS DE MACAPÁ	
Laiza Monik de Oliveira Mangas Beatriz de Paula Moura Ribeiro Paulo Vitor Giraldi Pires	
DOI 10.22533/at.ed.06719250320	
CAPÍTULO 21	250
O ENSINO HÍBRIDO (<i>BLENDED LEARNING</i>) COMO METODOLOGIA NA EDUCAÇÃO ATUAL: O CASO DE UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO NORTE DO ESTADO DE SANTA CATARINA	
Ana Elisa Pillon Leila Regina Techio Maria José Baldessar	
DOI 10.22533/at.ed.06719250321	
CAPÍTULO 22	261
FORMAÇÃO DE DOCENTES PARA O USO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC): A TRAJETÓRIA DO NACE ESCOLA DO FUTURO – USP E A EXPERIÊNCIA DO ESPAÇO INVENTANDO FUTUROS	
Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti	
DOI 10.22533/at.ed.06719250322	
CAPÍTULO 23	274
USO DE MÍDIAS SOCIAIS NO ENSINO SUPERIOR	
Geovani Laurindo Filho Ana Maria Ribas	
DOI 10.22533/at.ed.06719250323	

CAPÍTULO 24 290

A GRANDE REPORTAGEM COMO FONTE DE (IN)FORMAÇÃO CRÍTICA: RELATOS DE UMA EXPERIÊNCIA “EDUCOLABORATIVA”

Verusa Pinho de Sá
Antenor Rita Gomes

DOI 10.22533/at.ed.06719250324

CAPÍTULO 25 302

DESAFIOS DA IMPLANTAÇÃO DA LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO NAS FORÇAS ARMADAS BRASILEIRAS: UMA VISÃO COMUNICACIONAL

Elen Cristina Geraldes
Valquiria de Lima Rodrigues
Helen Rose Lopes dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.06719250325

SOBRE A ORGANIZADORA..... 315

JORNALISMO E DISCURSO DE ÓDIO NAS REDES SOCIAIS

Caroline Pignaton

Universidade Federal do Espírito Santo,
Programa de Pós-graduação em Comunicação e
Territorialidades
Vitória-ES

Ruth Reis

Universidade Federal do Espírito Santo,
Programa de Pós-graduação em Comunicação e
Territorialidades
Vitória-ES

RESUMO: Buscamos discutir as conexões entre o papel do jornalismo contemporâneo e os discursos de ódio que reverberam nas redes sociais, tornando-as palco desse tipo de afeto e visando mover o campo político. Trata-se de uma abordagem preliminar, que busca problematizar a hipótese de que o jornalismo ainda detém papel significativo na formação da esfera pública contemporânea renovada pelas redes digitais e, apesar de se pautarem por uma racionalidade normativa e processual baseada no discurso da isenção, os monopólios de mídia tendem a proporcionar visões maniqueístas sobre as questões que abordam, visando manter o público que ameaça distanciar-se. Esse fenômeno traz para o centro do debate o papel dos afetos no agenciamento político, o papel do jornalismo, seus instrumentos, estratégias e jogos de poder e linguagem no

renovado território comunicacional.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso de ódio; Jornalismo; Redes sociais.

ABSTRACT: We seek to discuss the connections between the role of contemporary journalism and the hate speech that reverberate in social networks, becoming them the scene of this kind of affection and aiming to move the political field. It is a preliminary approach, which seeks to problematize the hypothesis that journalism still plays a significant role in the formation of the contemporary public sphere renewed by digital networks, and although it is based on a normative and procedural rationality through the discourse of the exemption, media monopolies tend to provide Manichean views about the issues in order to preserve the audience that threatens to move away. This phenomenon brings to the center of the debate the role of affections in the political agency, the role of journalism, its instruments, strategies, and games of power and language in the renewed communicational territory.

KEYWORDS: Hate speech; Journalism; Social networks.

1 | INTRODUÇÃO

Os primeiros anos desta segunda década do século XXI nos encontraram em meio ao

debate sobre pós-verdade, discursos de ódio, bolhas e *fake news*. Esse conjunto de questões emergiu em meio ao crescimento e ao fortalecimento da nova máquina de comunicação que se estabeleceu a partir dos processos de globalização e da comunicação digital. A explosão de um modelo baseado em rede, que oportunizou uma grande transformação no sistema comunicacional e social, fez emergir vozes até então silenciadas pelo velho modelo de comunicação vertical dominada pelos veículos de massa e transformou substancialmente as formas de produção e consumo das informações.

Manuel Castells (2008) e outros autores atribuem a essa nova configuração da comunicação em rede o surgimento e ressurgimento de identidades forjadas em laços específicos e em relações singulares (religiosas, sanguíneas, culturais, de gênero, entre outras), diferentes daquelas que se inscreviam em recortes mais particulares, como as classes, nações ou ideologias. As redes, inscritas numa ordem global, portanto, seriam um elemento forte a permitir que viesse à tona uma série de questões presentes no nosso cotidiano até então recalçadas por discursos organizadores que acabavam por descaracterizar conflitos e desigualdades.

Esse fenômeno traz tanto consequências positivas, pois favorece a reconfiguração das conexões e das solidariedades, quanto negativas, pois pode produzir polarizações de tal monta que alcançam níveis de intolerância insuperáveis. Manifestações preconceituosas e violentas contra segmentos étnicos, raciais, regionais, de gênero, políticos, ideológicos ou qualquer outro, tornaram-se frequentes em várias partes do mundo e configuram o que passou a ser caracterizado como discurso de ódio, questão que já vem sendo apontada e estudada desde antes da internet. Apesar de não ser um fenômeno novo, esse tipo de manifestação proferida por indivíduos nas redes, hoje reverbera de forma contundente demonstrando a grande transformação experimentada pelo espaço público nos últimos tempos.

Antes, essas manifestações poderiam passar despercebidas pois não encontravam muito eco. Por um lado estavam relativamente pacificadas pela ideia de que vivíamos em meio a uma sociedade cordial, compreensiva e tolerante, por outro, quando proferidas, não alcançavam a esfera pública, devido a um sistema de comunicação que as dominava, reprocessava e as entregava na forma de um discurso conciliatório que, no Brasil, foi elaborado durante o século XX por diversos intelectuais e sistemas interpretativos hegemônicos, como a mídia e a academia. Com a eclosão das redes sociais na internet, esse quadro se altera significativamente.

Nesse ambiente renovado pela tecnologias digitais, o jornalismo, ainda que busque reconfigurar sua participação e seu papel, se coloca como um dos integrantes privilegiados desse espaço público por toda a confiabilidade que angariou ao longo de sua existência. Cabe indagar, considerando esse quadro, sobre o papel desempenhado pelo jornalismo na promoção e propagação dos discursos de ódio, que, hoje, se desentranham dos círculos sociais. Interessa-nos mais especialmente circunscrever essas primeiras análises aos recentes acontecimentos relacionados ao cenário político-

ideológico brasileiro, e, pela sua hegemonia no contexto da produção jornalística brasileira, às corporações de comunicação mais destacadas, que chamaremos de mídia tradicional.

Desde 2010, registra-se no Brasil uma polarização política que se acentuou a partir das grandes manifestações nas ruas das principais cidades brasileiras ocorridas entre 2013 a 2016, passou por duas eleições presidenciais – em 2014 e 2018 – e desembocou na eleição de um governo declaradamente de direita, o primeiro com esse posicionamento político desde abertura política que encerrou o longo período de ditadura militar entre 1964 e 1985.

Questiona-se aqui o papel desempenhado pelos veículos de comunicação tradicionais e pelo jornalismo que produzem no incentivo ao discurso de ódio por meio da apropriação da força de difusão das redes sociais, tornando-as palco desse tipo de afeto para incidir sobre o campo político. Indagamos a respeito do modo como essa operação se realiza, considerando o fato de que o jornalismo se configura e se sustenta numa racionalidade normativa e processual de apuração e empacotamento de informação pautado na retórica da isenção e da racionalidade. Outro ponto de abordagem refere-se à apropriação da estética da narrativa jornalística nas disputas políticas, materializada no que se denominou de *fake news*, instrumento que se transforma numa arma poderosa nos embates eleitorais, sociais e culturais dentro e fora do campo jornalístico. A proposta, neste texto, é elaborar uma abordagem inicial sobre o fenômeno contemporâneo da comunicação e seus impactos na vida cotidiana e na política, problematizando essas questões que se entrelaçam e trazem para o centro do debate o papel das emoções e dos afetos no agenciamento político, o papel do jornalismo e seus instrumentos e estratégias no renovado território comunicacional.

2 | ESFERA PÚBLICA RECONFIGURADA

A transição do sistema midiático tradicional para um modo interativo, em que os participantes dos processos de comunicação intercambiam de forma intensa o papel de produtores e receptores de informação, é um advento que vem sendo construído com as novas tecnologias, alterando assim, fundamentalmente, os processos de mediação da comunicação conhecidos durante o século XX. A internet trouxe novas formas de construção e manutenção dos laços sociais, que atualmente transcendem as redes físicas e tomam lugar nas redes virtuais e redesenham o espaço público.

Conceito trabalhado por Habermas (1962), a esfera pública, ou espaço público, coloca-se como âmbito de contato e conversação social no qual se forma um conjunto de visões de mundo, tendências e interpretações, coloquialmente designadas opinião pública. Apesar de todas as críticas recebidas por Habermas (LOSEKANN, 2009), demonstrando as limitações de sua visão, essa imagem ainda se mostra poderosa para ilustrar a existência de um ponto de contato coletivo que se molda a partir de determinadas condições sociais. Nos escritos de Habermas encontramos as estruturas

de comunicação e o jornalismo com presença significativa na configuração do que de uma esfera pública burguesa. Numa revisão dos seus argumentos, publicada no Brasil em 2003, Habermas reforça essa percepção sobre os sistemas de comunicação, assinalando que a esfera pública ganha níveis de complexidade mais acentuada do que havia descrito no passado.

Os canais de comunicação da esfera pública engatam-se nas esferas da vida privada – as densas redes de interação da família e do círculo de amigos e os contatos mais superficiais com vizinhos, colegas de trabalho, conhecidos, etc. – de tal modo que as estruturas espaciais de interações simples podem ser ampliadas e abstraídas, porém não destruídas. De modo que a orientação pelo entendimento, que prevalece na prática cotidiana, continua valendo também para uma comunicação entre estranhos, que se desenvolve em esferas públicas complexas e ramificadas, envolvendo amplas distâncias (HABERMAS, 2003, p. 98).

A nova configuração do território da comunicação (que entrelaça elementos da mídia tradicional e do mundo digital, este que aqui denominamos ciberterritório) é dominada pelas dinâmicas de uma máquina governada por algoritmos (PARISER, 2012), que conseguem reorientar o fluxo de publicidade – principal dispositivo de financiamento da mídia tradicional – para os *players* globais de comunicação baseados nas redes digitais (como Google, Facebook, Twitter, entre outros). Estes alcançam níveis profundos e complexos de processamento de dados e reconfiguram os modos como a informação circula na sociedade e os agrupamentos que formam. Bolhas, câmaras de eco ou pequenas esferas públicas são imagens usadas para descrever o modo como os algoritmos têm organizado os usuários de redes sociais para mais rentavelmente distribuir publicidade e otimizar receitas.

A mudança dessa economia política da comunicação fez surgir um movimento transformador sobre o domínio do campo midiático, pois abalou o poder que até então era resguardado pelas grandes corporações de mídia. Para Ramonet (2012), o “empoderamento” dos usuários das redes evolui à medida que passam a enfrentar o predomínio das grandes empresas de comunicação.

O novo dispositivo tecnológico faz com que cada cidadão deixe de ser só receptor da informação – acabando, assim, com um modelo que foi norma durante muito tempo, desde o advento dos meios de massa. Nunca na história das mídias os cidadãos contribuíram tanto para a informação (RAMONET, 2013; p.186).

Na América Latina as práticas comunicacionais alternativas viraram tradição cultural na visão de Dênis de Moraes: “Desde a primeira metade do século XX registram-se iniciativas que buscam dar voz a segmentos excluídos ou discriminados pelos grupos monopólicos privados que controlam o setor de mídia” (MORAES, 2013; p.109). Nesse sentido, percebemos como as redes sociais foram incorporadas facilmente à vida e ao meio cultural latino-americanos.

Diante desse momento de pluralismo ativo, torna-se cada vez mais difícil para essas grandes empresas realizarem uma representação monolítica do mundo social. A multiplicidade de vivências e a existência de grupos diversificados tornam cada vez mais urgente o aprofundamento democrático das relações sociais e políticas

existentes. Esses limites da mídia tradicional, ficam evidenciados a todo tempo e agora confrontados por questionamentos sobre suas opções editoriais e sobre a qualidade da informação que veiculam.

3 | JORNALISMO E AS REDES

As mudanças ocorridas nos últimos 20 anos, trouxeram para o jornalismo uma crise de financiamento decorrente da ameaça à permanência dos seus pilares de sustentação material (a publicidade) e das formas com que se afigura num ambiente de comunicação composto de múltiplos produtores. O impacto da internet sobre o campo do jornalismo o vem transformando e inovando, tanto no sentido de sua função propriamente dita quanto no sentido da competência para o seu exercício.

Os *media* e o jornalismo são alguns dos responsáveis pela construção social da realidade, propõe Sodré (2014), desempenhando um papel de referenciadores públicos e coletivos. Se durante décadas eles cumpriam quase que solitariamente o papel de manter as regularidades estruturais do sistema e a função de integração social, hoje disputam essa hegemonia com outros atores diante das transformações do espaço público e da pluralidade emergente.

Hoje, qualquer cidadão pode se transformar em um ator da rede (*web actor*, conforme nominou Ramonet). Esses atores da rede tomam um lugar antes só ocupado pela comunicação profissional e seus participantes. Desda forma, se somam ao contingente de profissionais que atuam na produção jornalística, seja relatando ocorrências cotidianas, seja interpretando temas apresentados pelo jornalismo profissionais, seja ainda redistribuindo informações e contextualizando-as.

Apesar das mudanças no ecossistema da comunicação, o jornalismo profissional ainda tem uma presença forte dentro do conjunto de produtores de conteúdos que alimentam a esfera pública de temas e visões sobre o mundo. Basta observar que produções oriundas da indústria jornalística tradicional ou dos jornais nascidos dentro da internet (nativos digitais), com graus diversos de confiabilidade e profissionalização, alcançam posições de destaque nos embates verificados em diversas redes sociais, na internet ou fora dela.

O campo do jornalismo é considerado um componente importante no funcionamento de uma sociedade que se deseja democrática. Para cumprir essa função de forma efetiva, deveria ser pautado pela pluralidade de vozes que povoam o universo social. Essa condição, contudo, dificilmente será alcançada num quadro em que a propriedade das corporações de mídia é monopolizada em diversos níveis e sentidos, como já demonstrou (LIMA, 2001), e em que seus esforços e sua produção são mobilizados de acordo com o contexto mercadológico no qual estão inseridos. Estudo realizado pela Intervezes, Ong brasileira dedicada à causa do direito à comunicação, e a Repórteres Sem Fronteiras (RSF- França), no projeto Monitoramento da Propriedade da Mídia (Media Ownership Monitor ou MOM) mostra

que cinco famílias controlam metade dos 50 veículos de comunicação com maior audiência no Brasil. A mais influente é a rede Globo, da família Marinho, seguida da Rede Bandeirantes (família Saad), Record (Macedo), RBS (Sirotsky) e Folha de São Paulo (Frias). (INTERVOZES, [S.d.]).

Além dessa característica, sabemos que o noticiário produzido mostra somente uma parte das ocorrências havidas, e ainda assim apresenta os acontecimentos sob um determinado recorte. O que existiu e não foi noticiado, passa despercebido mesmo tendo relevância social, efeito que McCombs e Shaw (1972) denominaram *agenda setting*. E o contrário também é verdadeiro: fatos não tão relevantes são construídos como se assim fossem. Os engendramentos discursivos do jornalismo, mesmo que abrigados sob a capa da isenção, podem tornar possível que as práticas sociais vivenciadas nas redes digitais sejam utilizadas como difusoras, incentivadoras e propagadoras do discurso de ódio em desfavor das minorias, de grupos políticos, de indivíduos e organizações da sociedade.

Como evidência, pode-se citar que, por meio de sua produção jornalística, as principais corporações de mídia não apenas posicionaram-se favoravelmente ao controvertido impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff (em 2016), e à prisão do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva (em 2018), como mantiveram intensa cobertura jornalística ressaltando apenas um ângulo da questão. Apesar de adotar o receituário narrativo do jornalismo clássico, a maior parte das produções da mídia tradicional se aproximou do discurso reproduzido pelos grupos que se identificam com as ideias da direita como observaram Moretzsohn (2017), Sousa (2016) e outros autores, ao apontarem os vieses da cobertura jornalística na recente história política brasileira e o papel central que o jornalismo e as empresas de mídia desempenharam no encerramento de um período de governo liderado pelo campo da esquerda.

A narrativa da mídia tradicional penetra nas redes; esta, por meio de seus atores diversos contribui para endossá-los e alavancar a circulação de conteúdos que se coadunam com as posições em disputa, ou repudiar os que não encontram concordância. Os que se propõem a um discurso contra-hegemônico, e que não têm encontrado reverberação nos grandes veículos de comunicação, lançam mão das mídias alternativas como o chamado jornalismo independente, que emergiu também com a internet e hoje é produzido por meio de pequenos negócios, organizações sociais ou coletivos de profissionais que apostam em organizações mais informais e flexíveis.

No entremeio do campo comunicacional, a estética jornalística é convocada para essa disputa política, e se materializa no que ficou conhecido como *fake news*, cuja produção já deixou de ser amadora e hoje é *commodities* de farta circulação no mundo das redes e da política. Em geral, essa faceta profissional das *fake news* é camuflada por uma autoria difusa, mas especializada em criar, remixar e colocar em circulação narrativas sem conexão com ocorrências empíricas. Ao ganharem relevância no debate sobre os efeitos da nova máquina de comunicação nas eleições

e no dia a dia da política, desde as eleições para presidente dos Estados Unidos, em 2016, as *fake news* se transformam hoje em objeto de disputa para demarcar o território do jornalismo.

Nesse cenário, surgem as iniciativas de *fact checking*, que começaram de forma independente, e hoje já foram adotados como rotina pelos grandes players – Facebook e Google – e também pela mídia tradicional, trazendo um novo componente ao já tensionado campo da comunicação. Essas iniciativas foram incentivadas pelos projetos Credibilidade e Comprova. O primeiro advém do Trust Project, executado com patrocínio do Google e gerenciado no Brasil pelo Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor). O consórcio local do Comprova reunia, até janeiro de 2018, 17 entidades, entre as quais os jornais Folha de S. Paulo e Zero Hora, veículos nativos digitais, como Nexo e Poder360, as agências de checagem Aos Fatos e Lupa, bem como a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo. O capítulo brasileiro segue as mesmas diretrizes do consórcio internacional e adota os mesmos indicadores. O Projeto Comprova provém da *First Draft*, da Harvard Kennedy School, lançado no final de junho de 2018, e tem o Credibilidade como berço. Conta com a participação de 24 veículos de comunicação e é inspirado no CrossCheck, realizado durante a campanha eleitoral francesa de 2017.

O *fact-checking* se disseminou junto às corporações de mídia, mas ainda não há estudos que demonstrem o alcance dos seus. Enquanto as *fake news* se tornam o objeto que mobiliza os esforços pela preservação do lugar de autoridade do jornalismo e seus operadores, ficam num canto esquecido e protegido as *bias news*, que em graus diversos são produzidas no dia a dia por essa grande fábrica de informação no jornalismo profissional e nas redes.

4 | AFETOS E ÓDIO

É notório que as redes sociais impactaram o jornalismo, não apenas porque a informação ganhou ainda mais velocidade, mas porque novas vozes passaram a ter lugar, fazendo com que essa corrida acirre mais a concorrência entre os atores presentes no mundo da comunicação em busca de incidir sobre a opinião na esfera pública.

A indústria jornalística, inserida nesse novo contexto comunicacional, amparada pela garantia constitucional da liberdade de imprensa e regida pelas dinâmicas do mercado, tem na audiência o grande trunfo para atrair sua principal fonte de financiamento, a publicidade. Isso faz com que se conjuguem numa única operação as atividades de prestação de serviço de utilidade pública por meio da produção e circulação de informações cotidianas, e as ações de viabilização econômica do negócio da comunicação. Os recursos às emoções e afetos têm sido frequentes na conquista de público. O sensacionalismo e o escândalo, a opção por temas amenos ou o enfoque sobre o “grotesco” (Sodré e Paiva (2014)) sempre foram e ainda são

recursos utilizados pelo jornalismo.

A administração das paixões e dos afetos também pode ser percebida como pano de fundo desse direcionamento exercido pela mídia, através do controle informacional que lhe é próprio. Para Castells (2017, p.305), a mídia tradicional utiliza-se de seu poder para produzir uma política de escândalos para a sociedade como um todo e faz do embate um instrumento de manutenção e aumento de audiência.

A prática política de escândalos representa o mais alto nível de desempenho na estratégia de produzir um efeito de afeto negativo. Como a política da mídia é a política da Era da Informação, a política de escândalos é o instrumento preferido para o envolvimento nas lutas políticas de nossa época” (CASTELLS, 2017; p.305).

Essa estratégia é atualizada nas redes sociais, nas quais os diversos enunciadores colocam em cena assuntos bizarros, violentos ou preconceituosos, mesmo que não pretendam com isso auferir dividendos ou resultados materiais. É evidente a prática de discursos de ódio nas redes sociais no Brasil. A agressividade dos comentários referentes às questões que envolvem as minorias, rechaçando-as, conduz a um discurso violento e desrespeitoso empregado contra as diferenças raciais, sociais, culturais, políticas, regionais, de orientação sexual, de gênero. Conseqüentemente, os grupos políticos que defendem essas minorias e projetos sociais diferentes da matriz liberal hegemônica, sofrem da mesma maneira ataques passionais, na maioria das vezes infundados e superficiais.

O ódio remete a uma ideia de menosprezo, depreciação, intolerância contra certos grupos e suas práticas sociais. A propagação de mensagens e postagens com conteúdos que incitam o desprezo contra as minorias gera violência e discursos agressivos, geralmente superficiais e sem causa concreta que os justifique.

O ódio acusa sem saber. O ódio julga sem ouvir. O ódio condena a seu bel-prazer. Nada respeita e acredita encontrar-se diante de algum complô universal. Esgotado, recoberto de ressentimento, dilacera tudo com seu golpe arbitrário e poderoso. Odeio, logo existo (GLUCKSMANN, 2007, p.11).

A intolerância parece ter tomado conta do ambiente virtual e identificar os gatilhos desse comportamento é um fator relevante para entender o cenário dos tempos atuais. Safatle (2015) propõe-se a tarefa de pensar a sociedade a partir de um circuito dos afetos, que proporciona toda forma de coesão e repulsão no qual observa que o medo, positivado, se apresenta como afeto político central. “[...] O medo [...] é indissociável da compreensão do indivíduo, com seus sistemas de interesses e suas fronteiras a serem continuamente defendidas, como fundamento para os processos de reconhecimento” (2015, p.17). Ele acredita que as transformações políticas devem passar também pela modificação dos afetos, pela mudança na estrutura do sujeito e na dinâmica de seus vínculos sociais.

No campo do Direito, essa questão tem se tornado motivo de embates e debates. Os limites da liberdade de expressão é tema que vem sendo muito discutido, especialmente neste momento em que ganha relevância o problema dos discursos

de ódio na vida social e política. Há aqueles que advogam uma liberdade ilimitada e outros que defendem limites à liberdade de expressão, à medida em que fere a coexistência relativamente pacífica dos cidadãos e em que o Estado passa a atuar garantindo e protegendo as manifestações de pensamentos das minorias, o que, no caso brasileiro é previsto constitucionalmente.

A possibilidade ou não de se impor limites à liberdade de expressão do pensamento está intimamente ligada à concepção da própria sociedade em que vivemos. Se se adota uma postura liberal, a tendência é de não se admitir limites a esse direito fundamental, prevalecendo a ideia de que “qualquer um pode dizer qualquer coisa sobre o que bem entender”, visão com suporte em boa parte na teoria e na Primeira Emenda norte-americana [...]. De outro lado, se a postura que se adota é a democrática/pluralista, uma concepção que aqui claramente se emprega, e baseada nas Declarações de 1789 e no Pacto de 1966 e na Convenção de 1969, certamente haverá a admissibilidade de imposição de limites à liberdade de expressão do pensamento, como é o caso do ordenamento jurídico constitucional de 1988. (NAPOLITANO, 2017, p. 14)

O que se constata nas redes sociais é que a afetividade serve de suporte para a construção de bolhas “identificatórias” formadas por afinidades, discursivas. Esse processo de reconhecimento do sujeito faz com que ele se una por amor ou por ódio, de acordo com seu grau de identificação com a causa, e passe a ser nomeado, ter um lugar, se situar como sujeito.

O discurso de ódio sempre existiu, mas se atualizou com a nova máquina de comunicação e o contexto político contemporâneo local e global. Os afetos extremados transbordam por todos os lados dando vazão a perigosas polarizações, radicalismos e fundamentalismos que se manifestam no ambiente virtual e transborda para as relações presenciais. Agora, é possível dar ao ódio uma dimensão pública em uma fração de segundos e validá-lo com *likes* de “amigos” e seguidores, fortalecendo vínculos sociais com quem pensa da mesma maneira e afastando os que têm opiniões contrárias. Isso traz questionamentos quanto à atuação do campo do jornalismo como um enunciador autorizado socialmente e com forte capacidade de influência sobre a produção da opinião e enlaçamento de grupos.

A cultura política do país tem forte presença da mídia, e, portanto, de todos os tipos de poder que estão por trás dela. Nesse sentido, o que se vê é uma tentativa de homogeneização do discurso político como forma de eliminação e descrédito de outros posicionamentos, como se todo o resto pudesse ser apagado ou esquecido. A eliminação do “inimigo” se transforma em estratégia política de comunicação desempenhada por quem a domina.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia tradicional, que sempre dominou o ambiente comunicacional, diante de um novo espaço público - a sociedade em rede - busca como forma de controle e manutenção de poder econômico e político, utilizar ferramentas na condução estratégica

da administração dos afetos. A multiplicidade de atores no mundo da comunicação tornaram mais complexa a produção do debate político, no qual a racionalidade antes exaltada como expressão mais genuína da política, dá lugar à emoção, mobilizando afetos e, dentre eles, o ódio.

A comunicação violenta e a intolerância têm dominado parte das discussões políticas nas redes sociais *on line* e presenciais nos últimos anos, colocando em debate os direitos à liberdade de expressão e à dignidade da pessoa humana. Argumentos desqualificam quem pensa diferente, gerando uma polarização entre diferentes tendências políticas. O maniqueísmo político exacerbado nas redes materializou-se na vida social gerando um clima de medo, de ódio e de uma eminente batalha real nas ruas do país. A hipótese aqui trabalhada, de que há uma inter-relação entre a cobertura jornalística, a força de difusão das redes sociais e os discursos de ódio no cenário político brasileiro, requer ser analisada e mais aprofundada, mas seus indícios estão por toda parte.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 8ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Tradução Vera Lúcia Mello Joscelyne. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

GLUCKSMANN, André. **O discurso do ódio**. Rio de Janeiro: Difel, 2007.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia. Entre facticidade e validade** - Volume 2. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro, 2003.

INTERVOZES. **Quem controla a mídia no Brasil?** Disponível em: <<http://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

LIMA, Venício. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001

LOSEKANN, Cristiana. **A esfera pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro**. p. 21, 2009.

McCOMBS, Maxwell.; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media, 1972 In: TRAQUINA, Nelson. **O Poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MORAES, RAMONET, SERRANO, D. I. P. **Mídia, Poder e Contrapoder**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

MORETZSOHN, Sylvia. Discursos midiáticos e a deslegitimação da política / media discourses and the delegitimization of politics | Moretzsohn | E-Legis - **Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação da Câmara dos Deputados**. Disponível em: <<http://e-legis.camara.leg.br/cefor/index>>.

php/e-legis/article/view/369/436>. Acesso em: 7 mar. 2018.

NAPOLITANO, Carlo José. Limites à Liberdade de Expressão do Pensamento: Diversas Perspectivas. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0111-1.pdf>.

PARISER, Eli. **O filtro invisível**. Tradução Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

RAMONET, I. **A explosão do jornalismo: da mídia de massa à massa de mídias**. São Paulo: Publisher, 2012.

SAFATLE, Vladimir. **O circuito dos afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo**. 2ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. 2ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2014.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

SOUZA, Jessé. **A radiografia do golpe: entenda como e por que você foi enganado**. Rio de Janeiro: Leya, 2016.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-206-7

