

De Perseu às redes sociodigitais: o uso de padrões de manipulação da informação na criação e circulação de *fake news* “oficiais”

Débora Freire¹
David Fernandes²

Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Resumo: Considerando a importância do uso do Twitter pelo atual Governo brasileiro para interagir com a sociedade, nessa pesquisa, procura-se demonstrar que os padrões de manipulação utilizados por grandes veículos de imprensa no Brasil, apontados há mais de 30 anos pelo jornalista e sociólogo Perseu Abramo, podem ser observados agora nas redes sociais digitais. Como objeto de estudo, propomos a análise dos tuítes do presidente Jair Bolsonaro, de janeiro a julho de 2019, que se configuram como principal estratégia de impacto na comunicação oficial, a partir dos padrões apresentados por Abramo. Nosso percurso metodológico utilizou como método a aplicação dos conceitos de manipulação, midiatização e *fake news*. A pesquisa se justifica pelo fato de o presidente usar a força do seu perfil no Twitter, para criar e fazer circular notícias falsas, gerando polêmica e confusão.

Palavras-chave: manipulação; redes sociodigitais; *fake news*; Twitter; governo brasileiro.

¹ Jornalista. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: jornalismo_debora@yahoo.com.br.

² Professor Titular do Departamento de Comunicação e Turismo da Universidade Federal da Paraíba. Doutor em Linguística pela UFPB. E-mail: alltype17@hotmail.com.

1. Introdução

Episódios de manipulação informativa sempre se fizerem presentes nos mais diferentes tipos de sociedade, especialmente em momentos de instabilidade social. Um dos casos mais lembrado no jornalismo brasileiro, por exemplo, aconteceu em 25 de janeiro de 1984. Nesse dia, cerca de 300 mil pessoas tomaram a Praça da Sé, em um grande comício exigindo eleições diretas, pois o país ainda era governado pela ditadura militar. Tratava-se do maior ato político de todos os 20 anos do regime, reunindo, além de cidadãos, políticos, artistas, lideranças, sindicalistas e estudantes. Na hora de noticiar o evento, a TV Globo, apoiadora histórica da ditadura, transformou o imenso ato político em apenas uma grande festa. No *Jornal Nacional*³ daquele dia, a manifestação foi anunciada como uma das muitas comemorações pelo aniversário de São Paulo. “A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi o comício na Praça da Sé”, disse o apresentador Sérgio Chapelin. A reportagem falou sobre o aniversário da Catedral da Sé, os shows e, somente no final da matéria, o repórter mencionou que algumas pessoas pediam a volta das eleições diretas, como se isso não fosse o propósito do evento.

Na cultural contemporânea, em meio a uma “sociedade em vias de midiatização”, como lembra Fausto Neto (2009b), a manipulação das informações ganharam dimensão e complexidade com as redes sociodigitais, que possibilitam a rápida criação de vínculos e o fortalecimento de interações já existentes. Os novos ambientes de relacionamentos sociais transformam a maneira como as pessoas constroem e consomem notícias e opiniões, e oferecem a sensação de se estar por dentro do que acontece no mundo, de maneira sincrônica, quase que imediatamente ao instante do fato. E se há fartura de informação, existe também o risco maior de manipulação desta. É nessa perspectiva, de evolução das formas e rotinas comunicacionais dos mais diversos meios, e as mudanças na inter-relação entre eles e a sociedade, também em mutação, que temos constatado o impacto e as consequências que o controle das informações tem no poder de decisão e escolhas sociais.

³ A reportagem do *Jornal Nacional* no dia das Diretas Já, em 25 de janeiro de 1984 está disponível no link <https://bit.ly/2RzXraM>.

Para Braga, vivemos o processo da midiatização que ocorre quando a mídia se torna um “processo interacional de referência” na sociedade, ou seja, quando ela influencia o processo de constituição da realidade dos indivíduos, organizando, por exemplo, as possibilidades de interação. Nesse caso, a mídia funcionaria como um processo interacional de referência na medida em que interfere em outros processos de interação:

Um processo interacional “de referência”, em um determinado âmbito, “dá o tom” aos processos subsumidos - que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediatização, os processos sociais de interação mediatizada passam a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam. (BRAGA, 2006b, p. 11).

Entre os processos de interação ‘que não desaparecem, mas se ajustam’, citados por Braga, está a linguagem escrita. Acolhemos esse exemplo, por se tratar de componente essencial da análise que será desvelada nessa pesquisa. Segundo a perspectiva do autor, a escrita seria a característica de refencialidade ou organizadora (que inclusive precede a mídia) para as outras formas de interação. Assim, de acordo com essa lógica, as tentativas de interação entre indivíduos iriam em busca dos assuntos, onde eles estão escritos.

Nessa mesma linha de pensamento, Fausto Neto considera que a midiatização tem alterado os modos como as práticas sociais, em especial a interação, são realizadas: “A cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93).

É importante destacar o movimento que essa afetação segue. A mídia (em especial, as redes sociais digitais) cujo papel tem sido o de enunciador da informação, cria um processo de significação que contempla a construção do discurso verbal e não verbal para se comunicar com a sociedade. Esse processo significativo incide diretamente nas relações sociais, influenciando, e a até mesmo determinando, os processos socioculturais, que se ressignificam e voltam à mídia, de modo a influenciá-la também.

Ainda de acordo com Braga (2006b, p.10), podemos entender a midiatização sob dois aspectos: um, a qual chama de estrutural, em que as instituições (ou processos so-

ciais específicos) passam a se desenvolver, inteira ou parcialmente, seguindo as lógicas da mídia; e um segundo (supra-estrutural), em que a própria sociedade passa a ser reconfigurada pela ação da mídia.

Além das considerações de Braga sobre as mudanças nos processos de interação, devemos levar em consideração as adaptações comportamentais para um processo de formação de hábitos. Vemos que a comunicação que antes era feita face a face, e no caso, por exemplo, dos governantes, era realizada por meio de pronunciamentos via TV e rádio, foi substituída, dentro da midiaticização, por uma comunicação mediada, em especial pelas redes sociais digitais, criando uma institucionalização desse modelo:

Em primeiro lugar, eles [os meios] estendem as possibilidades de comunicação humana tanto no tempo quanto no espaço; em segundo, substituem as atividades sociais que anteriormente ocorriam face a face. [...]. Em terceiro lugar, os meios de comunicação incentivam uma fusão de atividades; a comunicação pessoal se combina com a comunicação mediada e os meios de comunicação se infiltram na vida cotidiana. Finalmente, os atores de diferentes setores têm que adaptar seu comportamento para acomodar as valorações, os formatos e as rotinas dos meios de comunicação (SCHULZ, 2004, apud. HJARVARD, 2012, p. 59).

Apesar das inovações trazidas com as lógicas midiáticas contemporâneas, muitas das narrativas nas novas ambiências comunicacionais têm se utilizado de aspectos que sempre estiveram presente na história da mídia tradicional, entre eles as estratégias de manipulação da informação.

Assim, considerando a legitimação das redes sociais digitais como fontes de informação e a importância do uso do Twitter pelo atual Governo brasileiro para interagir com uma sociedade inserida em um contexto midiaticizado, nessa pesquisa, procura-se demonstrar que os padrões de manipulação utilizados por grandes veículos de comunicação no Brasil, apontados há mais de 30 anos pelo jornalista e sociólogo Perseu Abramo, podem ser observados agora nos espaços *online* de socialização. Como objeto de estudo, propomos a análise dos tuítes do presidente Jair Bolsonaro, de janeiro a julho de 2019, que se configuram como principal estratégia de impacto na comunicação oficial, a partir dos padrões apresentados por Abramo. Como método, também aplicamos ao trabalho os conceitos de manipulação, midiaticização, circulação discursiva e *fake news*. A

pesquisa se justifica pelo fato de o presidente usar a força do seu perfil no Twitter, para criar e fazer circular notícias falsas, gerando polêmica e confusão.

2. *Fake News*: caráter profundo da manipulação

A manipulação de informações é atividade intrínseca do Jornalismo. O caráter pejorativo dado ao processo de administrar notícias foi construído na medida em que os dados ao invés de serem operados de maneira que contribuam com o senso crítico da população, sirvam como ferramenta para distorcer, influenciar e falsear a realidade. Ou ainda, especialmente em épocas de Pós-Verdade, a manipulação seja atribuída ao da não correspondência de expectativas, por parte do conteúdo, do que pela alteração do sentido ou fluxo da informação.

Em relação ao episódio do comício pelas Diretas Já, citado no começo desse trabalho, se poderia argumentar que o conteúdo apresentado pelo JN relatou o que aconteceu, e apenas o tratamento dado, talvez, não tenha sido o mais adequado. Porém, a intervenção feita na reportagem desvirtuou o objetivo da manifestação, retirou da população o direito de saber o real motivo da mobilização.

Para Erbolato (1985), a manipulação da informação acontece quando a notícia tem um tratamento tendencioso, mostrando apenas alguns aspectos. Ou seja, a produção jornalística, cuja finalidade deve ser a informação de interesse coletivo, sofre interferências devido a posicionamentos políticos (sociais, culturais, etc) seja das instituições midiáticas, ou de posturas individuais de jornalistas, muitas com a desculpa de dose inerente de subjetividade. Assim a manipulação não seria algo por acaso, mas uma ação pensada para chegar ao resultado desejado: fazer com que o conteúdo seja construído de maneira a convencer o público sobre determinado ponto de vista.

Para Herman e Chomsky (2008), as diversas estratégias de manipulação servem para moldar a opinião pública, anestesiar as mentes, abafar polêmicas do sistema dominador.

Mamou (1991) lembra que a manipulação suprema é a desinformação e que esta se dá quando a comunicação é feita direcionada para o engano e a mentira. O autor ainda chama a atenção para a banalidade com que a manipulação informativa é tratada:

(...) Nascida durante a guerra fria, a desinformação hoje é utilizada com desenvoltura pelos atores do jogo político, judicial ou econômico. E isso na maior impunidade: a mentira raramente é punida pela lei. Enganar a imprensa, e por conseguinte seus concidadãos, é certamente um esporte moralmente repreensível, mas infinitamente menos grave do que esmagar a pata de um gato por falta de atenção (MAMOU, 1991, p. 159).

Nos últimos anos, a manipulação da informação tem ganhado visibilidade não só entre estudiosos, mas dentro da sociedade em geral, quando reduzida ao fenômeno das *fake news*, fenômeno esse que não é novo, mas é complexo, forte e adaptável a qualquer sociedade e a qualquer tempo. Porém vale ressaltar que as notícias falsas são parte desse universo de manipulação da informação, não o todo.

Antes de lançar um olhar sobre a definição para *fake news*, termo envolto de polêmicas e confusão, vamos refletir sobre ele a partir dos subtermos que o compõe: notícia e falso, em tradução livre. Existe notícia falsa? Após leituras de obras clássicas sobre notícia e sua estrutura, e de bibliografia mais recente, que leva em consideração não só a força da tecnologia e das redes sociais online, mas ainda um contexto de indiferença em relação aos fatos e à verdade, vamos trilhar o caminho na perspectiva de Vosoughi, Roy e Aral (2018) em que notícia é tudo aquilo que é publicado, seja na imprensa ou nas redes sociais digitais e que repercute no corpo social. A *fake news* é uma informação completamente falsa ou meio falsa/meio verdadeira, que se apropria de técnicas jornalísticas.

Em seu mais novo livro *A Pós-verdade é verdadeira ou falsa?*, Santaella (2018), utiliza o vocábulo ‘notícias falsas’ e as define como sendo:

(...) notícias, estórias, boatos, fofocas ou rumores que são deliberadamente criados para ludibriar ou fornecer informações enganadoras. Elas visam influenciar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos (SANTAELLA, 2018, p. 262 e-book)

Allcott e Gentzkow (2017, p. 213-214) definem *fake news* como “notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsas, podendo enganar os leitores”.

Assim o conceito de *fake news*, trabalhado por nós, nessa pesquisa, será a de um ecossistema de informações distorcidas/falsificadas ou ainda criadas/falseadas para lu-

crar de alguma maneira, sejam cliques, *likes*, compartilhamentos. Além disso, alcançar resultados eleitorais específicos, formar e influenciar correntes de opinião, denegrir a imagem de uma pessoa, segmento social ou instituição.

As *fake news* obscurecem fatos, plantam confusão, induzem ao erro e impedem a reflexão e o debate. É fenômeno antigo, por vezes efêmero, outras não tão fugaz assim; é complexo e profundo com efeitos poderosos no mundo real e no virtual.

3. Os padrões de manipulação de Perseu Abramo

Há mais de 30 anos, Perseu Abramo (1929-1996), jornalista e sociólogo, escreveu o ensaio ‘Significado político da manipulação na grande imprensa’, obra que veio a ser publicada apenas em 2003 e que foi intitulada de ‘Padrões de manipulação na grande imprensa’.

Aqui, vale lembrar o contexto sob o qual Perseu estava inserido na época em que escreveu esse texto, referência quando a assunto é manipulação informativa. O texto foi escrito no final da década de 1980, em que o Brasil vivia a efervescência de importantes discussões sociais, políticas e econômicas, como os debates para a elaboração de uma nova Constituição Federal (em vigor até os dias de hoje), a adaptação ao Plano Cruzado, plano econômico que visava reduzir a inflação com tabelamento de preços; além do processo de democratização dos meios de comunicação. A esperança de mudança que tomava conta do país, na época, também estava presente nas linhas conclusivas do trabalho de Perseu Abramo.

A obra de Perseu, apesar de ter sido pensada e escrita numa época em que a internet ainda engatinhava, as observações sobre manipulação informativa, realizadas pelo autor, estavam além do seu tempo. A constatação disso está no atualíssimo texto tecido por Perseu Abramo, que analisou o funcionamento da cultura jornalística tipicamente brasileira e esquematizou as estratégias que essa cultura utiliza para manipular o público.

No início do texto, Abramo (2016, p. 37) ressalta que “o principal efeito dessa manipulação é que os órgãos de imprensa não refletem a realidade”. Assim, para o autor

a sociedade é levada pela imprensa a ver/ouvir/ler sobre uma realidade artificial. É cotidiana e sistematicamente colocada diante de uma realidade artificialmente:

Daí que cada leitor tem, para si, uma imagem da realidade que na sua quase totalidade não é real. É diferente e até antagonicamente oposta à realidade. A maior parte dos indivíduos, portanto, move-se num mundo que não existe, e que foi artificialmente criado para ele justamente a fim de que ele se mova nesse mundo irreal. A manipulação das informações se transforma, assim, em manipulação da realidade (ABRAMO, 2016, p. 38-39)

O autor destaca que, apesar disso, nem todas as informações veiculadas pela imprensa brasileira são manipuladas, afinal se assim fosse a mídia se autodestruiria, já que não teria credibilidade e conseqüentemente legitimidade como instituição com função social. Porém, o autor afirma que a manipulação do conteúdo (no sentido de desvio de contexto, foco ou sentido, por exemplo) são mais comuns do que parecem, e por essa razão, existem padrões de manipulação que se repetem e que podem ser observados com maior frequência.

A manipulação da realidade, pela imprensa, ocorre de várias e múltiplas formas. É importante notar que não é todo o material que toda a imprensa manipula sempre. Se fosse assim – se pudesse ser assim – o fenômeno seria autodesmistificador e autodestruidor por si mesmo, e sua importância seria extremamente reduzida ou quase insignificante. Também não é que o fenômeno ocorra uma vez ou outra, numa ou noutra matéria de um ou outro jornal; se fosse esse o caso, os efeitos seriam igualmente nulos ou insignificantes (ABRAMO, 2016, p. 39).

Perseu elenca cinco padrões de manipulação informativa que ocorrem na imprensa: ocultação, fragmentação, inversão, indução e o padrão global.

4. Padrões de Perseu e as *fake news* “oficiais”

As redes sociodigitais têm capacidade de atingir grandes públicos de uma só vez, utilizando ao mesmo tempo do mecanismo da comunicação pessoal, tornando-se meios atrativos para disseminação de pontos de vistas, opiniões e vontades disfarçadas de informação.

A pesquisa recente ‘Desafiando a Verdade e a Confiança: Um Inventário Global da Manipulação Organizada nas Mídias Sociais’⁴, realizada pela Universidade de Oxford (Inglaterra) aponta que, no mundo, partidos e políticos têm explorado as plataformas de redes sociais para manipular a opinião pública a partir de notícias falsas. Segundo o estudo, no Brasil, o uso de práticas desonestas na internet, como contas e notícias falsas, para influenciar as pessoas ocorre desde 2010.

Em 2018, a intensificação dessa prática se deu principalmente, no país, com o aumento da polarização política durante as eleições presidenciais. O então candidato a presidência, à época, Jair Bolsonaro, usava o Twitter como principal canal de comunicação com o eleitorado e serviu para desestabilizar os adversários com a disseminação de *fake news*.

Agora, como presidente eleito, Bolsonaro continua a utilizar o Twitter para resolver questões, anunciar medidas, atacar inimigos e medir sua popularidade. O governante possui atualmente mais de 4 milhões de seguidores, porém 60% destes são perfis falsos, segundo pesquisa do UOL em parceria com o próprio Twitter. Porém, apesar da parte dos seus seguidores serem ‘fantasmas’, as contas ativas mostram-se bem fiéis: a métrica que calcula o alcance total e a influência do usuário aponta que o presidente marcou 98 de 100 em engajamento, ainda de acordo com a pesquisa.

O primeiro padrão de manipulação da imprensa brasileira citado por Abramo é o da ocultação, que ocorre na fase de planejamento do que entra ou não na pauta jornalística do veículo de comunicação e se caracteriza pelo “deliberado silêncio militante sobre determinados fatos de realidade” (2016, p. 40). Assim o público tem o conhecimento de fatos que a mídia tradicional (a linha editorial) julga relevante, privando as pessoas da existência de outros fatos também importantes.

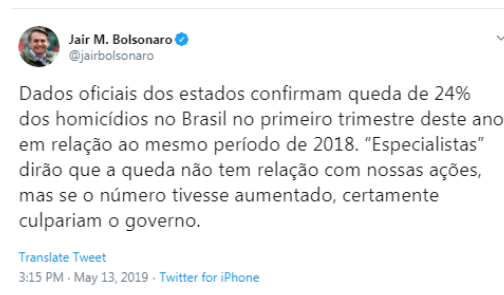
Por isso é que o padrão de ocultação é decisivo e definitivo na manipulação da realidade: tomada a decisão de que um fato “não é jornalístico”, não há a menor chance de que o leitor tome conhecimento de sua existência, por meio da imprensa. O fato real foi eliminado da realidade, ele não existe. O fato real ausente deixa de ser real para se transformar em imaginário. E o fato presente na produção jornalística, real ou ficcional, passa a tomar o lugar do fato real, e a compor, assim, uma realidade diferente da real, artificial, criada pela imprensa (ABRAMO, 2016, p. 41)

⁴ A pesquisa está disponível no link <http://comprop.oii.ox.ac.uk/research/cybertroops2018/>. Acesso em 02/06/2019)

Esse padrão de manipulação pode ser observado na narrativa do presidente brasileiro no Twitter.

De janeiro a março deste ano, por exemplo, o Brasil viveu uma onda de feminicídios. Segundo levantamento da *Folha de S. Paulo*, a partir de estatísticas compiladas por pesquisador da USP, só em janeiro, 119 mulheres foram assassinadas e foram registradas 60 tentativas de feminicídio. Os dados abrangem os crimes ocorridos em 25 estados brasileiros. O aumento da violência contra a mulher repercutiu, nos principais jornais do país, nos três primeiros meses, e o Twitter do presidente não trouxe nenhuma postagem sobre o problema. A questão do alto número de feminicídio, bem como ações e propostas para o combate foram totalmente ignoradas pelo governante. Os temas, na rede social de Bolsonaro, nesse período, giraram principalmente em torno de assuntos irrelevantes como viagens internacionais, ataques à esquerda e à imprensa.

Em maio, o presidente vai ao Twitter falar sobre a diminuição da violência em 24% no primeiro trimestre, porém o número de mulheres assassinadas foi um dos mais altos em relação ao primeiro trimestre de 2018 e 2017.



(Figura 1) Bolsonaro posta no Twitter inverdade sobre diminuição da violência.

O segundo padrão descrito por Perseu Abramo é o de fragmentação que funciona quando há a desassociação dos fatos de suas consequências, ou seja, há a seleção de determinado (s) aspecto (s) do fato e a descontextualização. “A fragmentação da realidade em aspectos particularizados, a eliminação de uns e a manutenção de outros e a

descontextualização dos que permanecem são essenciais, assim, à distorção da realidade e à criação artificial de uma outra realidade” (2016, p. 43).

Como exemplo desse tipo de manipulação informativa, temos postagem em relação às universidades, em que o presidente afirma: “o ambiente acadêmico com o passar do tempo vem sendo massacrado pela ideologia de esquerda que divide para conquistar e enaltece o socialismo e tripudia o capitalismo. Neste contexto a formação dos cidadãos é esquecida e prioriza-se a conquista dos militantes políticos”.

A declaração, feita em meio a uma crise econômica pela qual passam as universidades, faz parecer que elas servem apenas como reduto para articulações esquerdista, desvirtuando o verdadeiro papel e importância das instituições.

O uso do padrão da fragmentação é para criar a sensação no público de está por dentro do que realmente acontece, mas a “informação” oferecida é parcial e conveniente a quem oferece.

A inversão é o terceiro padrão de manipulação da informação listado por Perseu. O modelo funciona para reordenar aspectos estabelecendo nova ordem de importância dos fatos. De acordo com o autor, existem quatro tipos dessa modalidade: inversão de relevância dos aspectos; inversão da forma pelo conteúdo; inversão da versão pelo fato; e a inversão da opinião pela informação. Selecionamos para este estudo, um caso de ‘inversão da versão pelo fato’: a disseminação, pelo presidente, de que a jornalista Constança Rezende, do jornal *O Estado de S. Paulo*, teria dito que sua intenção profissional “é arruinar Flávio Bolsonaro e o governo”. A postagem de Bolsonaro foi baseada na versão de um colunista francês. A coluna “Para onde vai a imprensa?”, de Jawad Rhalib –, no site jornalístico *Mediapart*, em 06 de março de 2019, trouxe áudio da jornalista, mas em nenhum momento, Constança faz tal afirmação. Tanto é que o texto da coluna foi retirado do ar e o *Mediapart* se desculpou com a jornalista. Ou seja, a versão se sobrepôs ao fato em si.

O quarto modelo de manipulação apresentado por Abramo é o da indução que consiste em fazer crer num contexto deliberadamente criado e apresentado como real. Um dos casos que mais repercutiu no Twitter do presidente, e que ilustra bem esse padrão, é a postagem em que Bolsonaro afirma que não houve cortes na educação superior, mas sim contingenciamento.

A informação tuitada pelo presidente induz a acreditar numa afirmação (a de contingenciamento) e sua reprodução nos veículos de comunicação repete a mesma narrativa com tanta insistência, que a sensação criada é a de que se trata mesmo de contingenciamento.

Depois de distorcida, retorcida e recuada ficcionalmente, a realidade é ainda assim dividida pela imprensa em realidade do campo do Bem e realidade do campo do Mal, e o leitor/espectador é induzido a acreditar não só que seja assim, mas que assim será eternamente, sem possibilidade de mudança (ABRAMO, 2016, p. 50).

Se pensarmos que o Governo federal suspendeu repasse de verba para as universidades federais, e que estas, encontram dificuldade para pagar água, luz, manter serviços básicos de limpeza e segurança, entre outros graves problemas de manutenção, podemos dizer que sim, houve corte. Porém a divulgação do termo ‘contingenciamento’, consolidada na narrativa oficial, como forma de amenizar o impacto da ação, foi reproduzida pela imprensa e acolhida por parte população.

Chegamos ao último padrão elencado por Abramo, o global. Nesse modelo, a manipulação está na estratégia de moldar o público e fazê-lo acreditar os problemas sociais só são solucionados pelo governo e nunca pela organização da sociedade.

Segundo Perseu, esse tipo de manipulação se divide em três momentos básicos, “como se fossem três atos de um espetáculo”, em que a resolução dos problemas depende tão somente da ação dos poderes instituídos.

Primeiro Momento, ou 1o Ato, é o da *Exposição do Fato*. Submetido a todos os padrões gerais de manipulação, o fato é apresentado sob os seus ângulos menos racionais e mais emocionais, mais espetaculares e mais sensacionalistas. As imagens e sons mostram o incêndio, a tempestade, a enchente, ou a convenção do partido majoritário, a passeata, a greve, o assalto, o crime etc. As imagens são amparadas por textos lidos ou falados. O Segundo Momento, ou 2o Ato, é o da *Sociedade Fala*. As imagens e sons mostram detalhes e particulares, principalmente dos personagens envolvidos. Eles apresentam seus testemunhos, suas dores e alegrias, seus apoios e críticas, suas queixas e propostas. O Terceiro Momento, ou 3o Ato, é o da *Autoridade Resolve*. Se se trata de um fato “natural” (incêndio, tempestade, enchente), a autoridade (do papa ou do presidente da República ao guarda, nessa ordem) anuncia as providências, isto é, as soluções já tomadas ou prestes a serem tomadas. Se se trata de fato social (greve, passeata, reunião de partido, sessão do Parlamento, homicídio, assalto etc.) a *autoridade reprime o Mal e enaltece o Bem*, e também anuncia as soluções já tomadas ou a tomar, para as duas situações. Nos dois casos, a autoridade *tranquiliza o povo, desestimula qualquer ação autô-*

noma e independente do povo, mantém a autoridade e a ordem, submete o povo ao controle dela, autoridade (ABRAMO, 2016, p. 51-52)

Em fevereiro, quando o governo começou a intensificar a proposta de reforma da previdência, o presidente publicou no Twitter uma narrativa que exemplifica bem esse padrão. Na postagem, Bolsonaro fala em “Devemos assegurar o futuro sustentável do Brasil e dos brasileiros”, fazendo referência que apenas o Congresso e o Planalto podem assegurar esse futuro da população, sem que ela participe dessa decisão.

De acordo com os “atos” exposto por Abramo, primeiro o fato (a reforma) é apresentado como algo do qual depende todas as outras ações do governo e o total futuro de país. O emocional se sobrepõe à razão. Para alcançar apoio da população, o governante lança mão do uso de palavras do tipo ‘catástrofe’ para gerar sentimento de medo e incerteza.



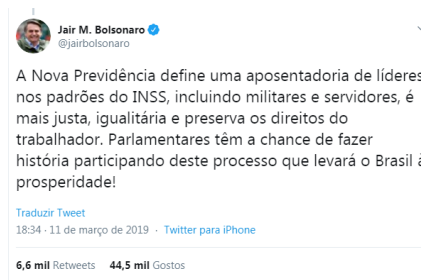
(Figura 2) Postagem do governante impondo à população.

O segundo ato, nesse caso, podemos visualizar em uma das postagens, feitas pelo presidente, um vídeo em que o Ministro da Economia, Paulo Guedes, confirma, no mesmo tom (o da necessidade da reforma para evitar o caos) os benefícios da reforma da previdência. É o testemunho positivo do especialista sobre a afirmação do presidente.



(Figura 3) Vídeo com explicações do Ministro Paulo Guedes.

Por fim, a 3ª cena chega com a lapidação dos pontos que trazem a reforma da previdência, todos pensados para melhorar a vida da nação. O governo, na teoria, já sabe como resolver o problema do “rombo” da previdência.



(Figura 4) Pontos “positivos” da reforma da previdência citados por Bolsonaro.

5. Considerações Finais

Passados mais de 30 anos, o ensaio de Perseu Abramo está mais atual do que nunca. A identificação de casos de manipulação informativa feitas pelo autor podem ser identificados agora nas ambiências digitais, legitimadas como fontes de informação. Patrícia Cornils, que assina a apresentação da segunda edição da obra de Abramo, res-

salta que diferentemente do contexto em que o texto foi escrito, hoje “parte da disputa pela opinião pública se dá nesta esfera conectada e em publicações *online* independentes da grande mídia” (2016, p. 8).

Com o processo de midiaticização, em que a mídia (em especial, as redes sociodigitais) se torna referência na construção da realidade dos indivíduos, a manipulação informativa se complexifica e passa a ser um ato de violência simbólica, “tão mais eficaz quanto mais desapercibida for entre quem a exerce e quem a sofre (os consumidores da informação) (LAGO, 1999, p. 6).

Holiday (2012) considera que com o surgimento da internet, e conseqüentemente das redes sociais digitais, as manipulações ficaram cada vez mais frequentes e o ecossistema informacional quase já não comporta mais tantos manipuladores, verdadeiros profissionais na arte de produzir *fake news*. O estrategista de mídia e ex-marketeiro, fomos ensinados a acreditar em tudo o que lemos:

(...) Que onde há fumaça deve haver fogo, e que se alguém se dá ao trabalho de escrever e publicar algo, ele deve acreditar no que está dizendo. A sabedoria por trás dessas crenças não é mais verdadeira, mas ainda assim o público continua o mesmo, transformado em alvo de manipulação em vez de proteção (HOLIDAY, 2012, p. 187)

Essa prática de manipulação da informação, como as apresentadas nessa pesquisa, tem sido recorrente entre os governantes e se torna ainda mais preocupante quando levamos em consideração o tempo de pós-verdade em que vivemos, onde há indiferença aos fatos e a relativização da verdade por parte da sociedade. E é em épocas de pós-verdade que as *fake news* conseguem ainda mais força para moldar a opinião pública. Conseqüentemente, conseguem também mais adeptos que se utilizam desse vigor para influenciar e manipular.

Com tantas questões estruturais e imensos problemas, o presidente alimenta em seu twitter questões fúteis, insignificantes e mais grave: falsas. Além disso, as informações, postas em circulação, por ele utiliza, em grande medida, a estratégia da distração, com citação atribuída a Noam Chomsky, que “consiste em desviar a atenção do público dos problemas importantes e das mudanças decididas pelas elites políticas e econô-

micas, mediante a técnica do dilúvio ou inundação de contínuas distrações e informações insignificantes”.

Outra análise de Abramo, feita no ensaio e diagnosticada ao longo dos últimos anos é a de que classes dominadas trabalhariam para manipular os meios de comunicação de massa a fim de que esses últimos controlem da população.

Num primeiro plano, as classes politicamente dominadas tenderão, cada vez mais, a *desmistificar* o jornalismo e a imprensa. Não mais terão motivos para acreditar ou confiar na imprensa e seguir suas orientações. Passarão a intensificar sua postura crítica, sua análise de conteúdo e forma, diante dos órgãos de comunicação. Por meio de seus setores mais organizados, as classes dominadas contestarão as informações jornalísticas, farão a comparação militante entre o real acontecido e o irreal comunicado, farão a denúncia sistemática da manipulação e da distorção. (...) No segundo plano, as classes dominadas tenderão a passar a um nível superior de defesa e contra-ataque, em relação à imprensa. Passarão a tratar os órgãos como eles se apresentam e se comportam: isto é, *como entes político-partidários*, e não como instituições de informação e conhecimento, acima do Bem e do Mal, acima da luta de classes e distantes da disputa do poder. (...) Consequência inevitável será a revisão e reformulação de conceitos tradicionais como os de “liberdade de imprensa”, “liberdade de expressão” (...) como forma de garantir o controle público sobre as empresas jornalísticas (ABRAMO, 2016, p. 67-68).

Atentamos para o fato de que as informações manipuladas e colocadas em circulação pelo presidente impactam o ambiente midiático digital de tal maneira que desvia o debate público de questões essenciais para temas irrelevantes, repercutindo entre seus seguidores, opositores e na imprensa tradicional.

Diante do exposto, acreditamos que é de extrema importância que seja dada atenção, em especial pelos estudos da área da Comunicação, ao complexo processo que envolve novas lógicas midiáticas e a manipulação informativa. Identificar novos padrões manipulativos e compreender o impacto que provocam numa sociedade extramente polarizada social e politicamente é questão urgente para que práticas como as demonstradas aqui sejam cada vez mais combatidas.

Referências

ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu

Abramo, 2016.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. Journal of Economic Perspectives, 31(2): 211-36. Disponível em: Acesso em: 17 jul. 2017.

BRAGA, J. L.. **Mediatização como processo interacional de referência**. Texto apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e Sociabilidade, do XV Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), na Unesp/Bauru, SP, 2006b.

CORNILIS, P. Apresentação à segunda edição. In: ABRAMO, P. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016. p. 5-11.

ERBOLATO, M. **Dicionário de propaganda e jornalismo**. Campinas: Papyrus, 1985.

FAUSTO NETO A.. **Fragmentos de uma analítica da midiatização**. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

_____. **Jornalismo: sensibilidade e complexidade**. *Galáxia*: Revista do Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Semiótica. Vol. 9, n. 18, 2009b, p. 19-30.

HJARVARD, S.. **Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. *Matrizes*. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 5, n. 2. Jan/Jun, 2012. pp. 53-92.

HERMAN, E. S.; CHOMSKY. N. **Manufacturing consent: the political economy of mass media**. London: The Bodley Head, 2008.

HOLIDAY, R. **Acredite, estou mentindo**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2012.

LAGO, C.. **Aspectos da Manipulação Jornalística na atualidade: pontuando a discussão**. In XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação /GT 03 Ano: 1999.

MAMOU, Y. **A culpa é da imprensa**. São Paulo: Marco Zero, 1991.

SANTAELLA, Lucia. **A Pós-Verdade é Verdadeira ou Falsa? (Interrogações)** (Kindle Locations 382-387). Estação das Letras e Cores. Kindle Edition, 2018.

SOROUGH, V.;ROY, D.; ARA, S.. **The spread of true anda false news online**. Science 09, Mar 2018, vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151, 2018.