

Polarização Política nas Redes Sociais: O Efeito Bolsonaro e o Papel Ético do Jornalismo ¹

Glenda Esther Cardelly DINELLY²
Lisiane Machado AGUIAR³

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

RESUMO

Desde a instauração do regime democrático nunca a imprensa brasileira se viu tão ameaçada como nas eleições presidenciais de 2018. A polarização política trouxe uma série de consequências sociais, em especial para a prática de jornalismo no Brasil. O clima de intolerância tornou a tarefa dos jornalistas cada vez mais difícil. O objetivo desta pesquisa é discutir sobre esse efeito, sobretudo o papel ético do jornalismo em tempos de polarização política. Com a migração da mídia tradicional para o ciberespaço e a disseminação das redes sociais, a circulação de informações sem profunda checagem pelo cidadão tornou-se comum. A contribuição das redes sociais, nesse engodo político sugere um ‘efeito bolsonarizador’ na troca de informações pela internet, especialmente entre os jovens. Surge, então, a ética, como uma perspectiva capaz de assegurar o caminho pelo qual o fazer jornalístico deve ser moldado em uma sociedade livre e democrática, cujo único objetivo é levar o acesso à informação de qualidade ao cidadão.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa; Jornalismo; Ética; Polarização Política; Redes sociais.

1. INTRODUÇÃO

Ética, política e jornalismo. Qual a inter-relação desses três elementos nos dias em que a troca de informações não segue as regras do passado quando as pessoas se informavam pelos jornais impressos ou tão somente pela televisão? Quais os efeitos da polarização política no fazer jornalístico? Qual o papel ético do jornalista diante dessa dinâmica? Qual a relação entre a política praticada por Jair Messias Bolsonaro e a imprensa? É válido debater tais assuntos, afinal, os políticos profissionais (em especial os que vivem da política) como os citados por Max Weber em 1919⁴ aprenderam,

¹ Trabalho apresentado na II/01 do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 24 a 26 de junho de 2019.

² Graduanda do Curso de Jornalismo da UFRR-USP, e-mail: glendadinelly@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social Jornalismo da UFRR, e-mail: lisiaguilar@gmail.com

⁴ A política como vocação. – Max Weber. Em conferência proferida em 1919 a estudantes da Universidade de Munique.

enfim, que a ferramenta internet potencializa seus discursos e ideologias, em especial nas redes sociais, além de horizontalizar campanhas eleitorais, independente do orçamento, por meio *on-line*. O poder da internet inclusive ultrapassa o das mídias tradicionais, e os jovens são seu alvo principal.

Esta pesquisa sugere uma discussão em torno dessa mudança, primeiro pelo crescimento da internet como meio de debates entre cidadãos e a disseminação de informações de forma horizontal, e segundo referente ao uso desta pela imprensa e pelos políticos, e os dilemas éticos que surgem a partir dessa dinâmica.

A partir dessa reflexão crítica podemos analisar como o “Efeito Bolsonaro” mudou a relação da imprensa com o Estado e as implicações éticas dessa relação nas mídias, incluindo as digitais no ciberespaço. O “Efeito Bolsonaro” será explicado nas linhas seguintes. O termo diz respeito às consequências sociais e políticas nas redes sociais em relação à imprensa, decorrentes de atitudes e pensamentos polêmicos e polarizadores.

2. POLARIZAÇÃO POLÍTICA NA INTERNET E NA MÍDIA

Conforme Vaz (2017), a partir 2013 o Brasil vivencia um processo novo de polarização política, com a presença de um embate discursivo que entrelaça diversos atores sociais, entre eles, jornalistas e acadêmicos. O clima de intolerância tornou-se preocupante, uma vez que uns defendem e compram um discurso considerado de esquerda, enquanto outros optam por um viés conservador, com ideias consideradas de direita e o *Facebook* se tornou a rede social mais potente para essas discussões polarizadas.

Os jornalistas também passaram a utilizar tal ferramenta para levar conteúdo às redes, quando em 2007, o *Facebook* se abriu para empresas. De acordo com Reis (2015), jornais como *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *Washington Post* e os brasileiros O Estado de S. Paulo e Folha de S. Paulo passaram a ter suas páginas na rede de Mark Zuckerberg impulsionando a audiência do site. No entanto, uma ferramenta nova que em fase de testes chamada “*Stories to share*” passou a direcionar a forma como o internauta interage com a informação e a manipular o direcionamento dos dados aos usuários. Um dos casos descritos pelo autor é o da Folha de S. Paulo, que

teve seu conteúdo censurado e excluído com base na política editorial do site de rede social, em setembro de 2013.

Esse é um debate interessante, uma vez que a partir da ascensão da internet como novo meio de comunicação emergiram novos padrões de interação social. Castells (2003) compreende que esses novos padrões transpuseram as territorialidades humanas limitadas, baseados na desvinculação entre localidade e sociabilidade. Para o autor, a internet é uma extensão da vida como ela é, em todas as suas dimensões e sob todas as modalidades, ainda mesmo que em salas de bate-papo, afinal, a representação de papéis é uma experiência social validada, no entanto, não é uma porção significativa da interação social na internet atual.

O Brasil é apontado como um país com maior participação nas redes sociais refletindo um comportamento em consumo de cunho noticioso através da internet, para Sousa (2013) no atual cenário, o valor da notícia enquanto produto jornalístico aumenta e potencializa. Tal dinâmica envolve organizações jornalísticas e atores das redes e suas ferramentas digitais. Neste sentido, circulação, consumo e recirculação ocorrem no mesmo meio e de forma mais participativa. A execução da notícia nas redes sociais é definida por uma dinâmica própria, pois além de consumir o que os usuários produzem.

Decorrente dessa mudança, o ciberespaço se tornou o suporte ideal para discursos polarizadores, especialmente as redes sociais. Segundo Pierre Lévy (1999), enquanto o território trabalha na previsibilidade da rigidez e hierarquias, o ciberespaço privilegia a transversalidade das relações e fluidez estrutural. Pensar no ciberespaço e suas implicações não diz respeito somente aos políticos ou urbanistas, mas especialmente ao cidadão.

Se durante algum tempo, perfis políticos com discursos ideológicos mais apaziguadores e brandos como o Fernando Henrique Cardoso (presidente da República entre 1995-2003) foram sinônimos de sucesso capazes de levar à reeleição com campanhas políticas neoliberalistas. Hoje, esse perfil político mudou, e notoriamente, a internet é um importante veículo de comunicação para a disseminação dos ideais políticos extremos e todo o seu repertório ideológico.

Paralelos às mudanças no perfil das lideranças políticas, alguns fenômenos foram surgindo, entre eles, o nascimento das redes sociais e sua disseminação como meio de comunicação e reprodução de informação em crescimento inversamente proporcional ao da mídia tradicional.

Se há algumas décadas os perfis políticos buscavam discursos afáveis para questões e problemáticas sociais brasileiras sensíveis, hoje a mudança é drástica na busca obstinada pela polêmica. Foi assim quando, nos Estados Unidos em 2015, surgiu a figura de Donald Trump com seu discurso anti-imigração e protecionista, o presidenciável buscava apoio dos ultraconservadores quando enfim, chegou à Casa Branca com ajuda das redes sociais. E, é assim no Brasil em 2018, ao presenciarmos personalidades como o Jair Messias Bolsonaro, que reverberam o conservadorismo direitista e tornam-se cada vez mais comuns com seus discursos inflamados com o objetivo de dividir a opinião pública.

A problematização que surge, então é por que os polarizadores estão em constante evidência nos dias atuais? Se no passado, a comunicação era controlada através da política, no presente, a política é controlada pela comunicação. A busca pela polarização é mais do que uma estratégia comunicacional que busca reflexo nas urnas.

Essa mudança é melhor explicada por Foucault (1990), no que ele chama de *atitude crítica*. A crítica mudou, era outra e deixou de ser, a forma de criticar o sistema também. Se para Foucault, no Ocidente moderno dos séculos XV-XVI havia uma certa maneira de pensar e agir igualmente, tanto em relação ao que existe, ao que se sabe ou se faz, seja em relação a cultura ou a sociedade isso tudo mudou. O pensamento Foucaultiano talvez faça maior sentido nos dias atuais, quando entende que a crítica existe apenas em relação à outra coisa que não ela mesma, afinal, ela é um instrumento. A crítica para Foucault é um olhar sobre o domínio e que contraditoriamente quer desempenhar um papel de polícia mesmo não sendo capaz de fazer a lei. E isso é amplamente observado em redes sociais.

Pessoas com atitudes críticas parecidas tendem a visualizar e compartilhar conteúdos de amigos com pensamentos similares, o que gera os filtros-bolhas, tão nocivos, mas capazes de eleger presidentes. Especula-se que o *Facebook* possa ter ajudado Donald Trump a vencer a eleição americana graças aos algoritmos e o direcionamento de informações. A polêmica em si fica em evidência quando refletimos o repertório ideológico por traz dela, muitos tendem a repeti-la, ou melhor, compartilhá-la em redes sociais. Estar em evidência é positivo para os polarizadores, a polêmica é senão a crítica ao sistema falido, é não se importar se o que é dito refletirá positiva ou negativamente, mesmo que isso implique em dizer que mulheres devem ganhar menos porque engravidam, ou que homossexuais merecem ser agredidos física e

psicologicamente por serem o que são, ou ainda que uma mulher não merece ser estuprada porque é não bonita. A polarização determina quais são os regimes de verdades, mas para Foucault (1990), a criação do “eu” e o desassujeitamento se dão ao mesmo tempo, quando se arrisca um modo de existir alheio a esse regime.

Existem vários sentidos para o termo “crítica”, que divagam desde o pensamento Kantiano quanto para as atividades polêmicas de menor montante, que também são chamadas de crítica. Em outras palavras, a crítica não é apenas uma única coisa. Na análise em voga a respeito da polarização política pela internet, a ideia de crítica é aquela em que a mesma é totalmente dependente de seu objeto, e nesse sentido, o objeto particular é o pensamento polarizador, esse pensamento vive à sombra do objeto, que assim como a tarefa primordial para Foucault não é que a crítica avalie seu objeto, mas por colocar em evidência a sua estrutura de avaliação. ‘A contribuição de Foucault para o que aparenta ser um impasse dentro da teoria crítica e pós-crítica de nosso tempo, é justamente nos pedir que repensemos a crítica como a prática na qual pomos em questão os limites de nossos modos de conhecimento mais certos’ (BUTLER, 2005, p.163).

O discurso polarizador talvez não atente para isso: *‘por em questão os limites dos conhecimentos e ideias mais certos’*. É possível também entender que a crítica de Foucault enquanto virtude é também se submeter aos direitos universais e irrevogáveis independente do tipo de governo que esteja com o poder, como descreve Butler (2005). Essa visualização da crítica como virtude fortemente defendida por Foucault em particular vai contra o pensamento polêmico do polarizador. Uma vez que este defende e testifica quase como um mantra a seguinte frase “direitos humanos pra humanos direitos”. O que dá margem ao entendimento que nem todos os humanos são merecedores de direitos humanos.

Quando um indivíduo compartilha pensamentos polarizadores nas redes sociais, e nisso trabalha com extremos que variam desde a retração de direitos básicos humanos ao conservadorismo, entra em tese aqui, o pensamento conforme Butler (2005) enfatiza ao entender que certos tipos de práticas que são projetadas para lidar com determinados problemas, acabam por produzir, ao longo do tempo, um domínio ontológico rígido, limitando o conhecimento do que é possível e modelando um determinado tipo que Foucault (1990) chama de “eu”.

As redes sociais tornaram-se, então um meio pelo qual os políticos passaram a fazer suas campanhas *on-line*, o que solucionaria o problema de orçamento aumentando a paridade nas disputas eleitorais, eliminando um cenário desigual na corrida por decisões no campo político. Conforme explica Conceição (2017), se por um lado a mídia tradicional aumentava a desigualdade do tempo de exibição da propaganda eleitoral na televisão ou rádio, a internet solucionou parte desse problema.

3. ANÁLISE DO EFEITO BOLSONARO

Desde que Jair Messias Bolsonaro⁵ ascendeu e ganhou notoriedade na política brasileira, em meados de 2014, mesmo já possuindo mais de 20 anos de vida pública no Estado do Rio de Janeiro muitas foram as notícias a seu respeito, especialmente sobre seus comentários polêmicos na tribuna da Câmara dos Deputados, entrevistas para a televisão, ou mesmo em suas redes sociais, esta última lhe concedeu maior notoriedade. Bolsonaro soube usar as redes sociais como ninguém.

De acordo com site BBC Brasil⁶, entre 2011 e 2014 as menções de pautas ideológicas proferidas por Jair Messias Bolsonaro que se referiam a minorias e direitos humanos foram mais intensificadas, passando a ganhar importância no discurso do político, este se afastava cada vez mais das pautas militares. A estratégia levou Bolsonaro a ser eleito o deputado mais votado em 2014, com 464 mil votos, conforme dados do Tribunal Superior Eleitoral, tornando-se, de acordo com o referido site BBC Brasil, o parlamentar mais influente nas redes sociais.

O nome Jair Messias Bolsonaro, ou simplesmente Bolsonaro passou a figurar como um dos mais mencionados na internet, o conferindo ainda maior visibilidade. A opinião da imprensa a respeito do deputado mostrou-se bastante negativa fora do Brasil durante a campanha presidencial.

Visto como uma ameaça não somente para o país, mas para a América Latina pelo site inglês *The Economist*⁷, um flerte com os dias sombrios para o Brasil pelo jornal americano *The New York Times*⁸, ou um jagunço à porta do Planalto pelo jornal

⁵ Foi eleito vereador da cidade do Rio de Janeiro em 1988 pelo Partido Democrata Cristão. Disponível em: <http://www.bolsonaro.org/o-politico/> Acesso em 12 nov. 2018.

⁶ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42231485>> Acesso em 12 nov. 2018.

⁷ <https://www.economist.com/leaders/2018/09/20/jair-bolsonaro-latin-americas-latest-menace>

⁸ <https://www.nytimes.com/2018/08/24/opinion/brazil-flirts-with-a-return-to-the-dark-days.html>

português *O Público*⁹, um Pinochet Institucional pelo espanhol *El País*¹⁰, um faxineiro Racista pelo jornal suíço *Neuen Zürcher Zeitung*¹¹ ou ainda, um pesadelo pelo italiano *Corriere Della Sera*.¹²

Bolsonaro ainda fez o jornal australiano *News.au*¹³ questionar: “*Seria este o político mais repulsivo do mundo? Pensando que Donald Trump é ruim? Conheça o possível presidente brasileiro cujas crenças repulsivas chocam o mundo*”. A matéria começa seu primeiro parágrafo ironizando: “*Ladies and gentlemen, meet the Donald Trump of Brazil.*”¹⁴ Mesmo após as inúmeras críticas da imprensa internacional, as eleições de 2018 foram vitoriosas nas urnas para Bolsonaro e sua legião de fãs trajados com camisetas da Seleção Brasileira de Futebol. O então eleito presidente da República tornou-se ainda mais evidenciado pelos sites de notícias brasileiros e estrangeiros. A imprensa passou a seguir todos os passos de Jair Messias Bolsonaro.

Seus passos são relatados diariamente nos jornais, um tanto por suas decisões no xadrez político brasileiro no processo de transição de governo e suas escolhas de ministros e supressão de pastas ministeriais importantes, outro tanto ainda maior por suas declarações polêmicas e controversas. Ganham espaço nas páginas dos jornais as suas ações comuns do dia a dia, como a ida à praia, o café da manhã à base de pão e leite condensado¹⁵ ou ainda, o cachorro-quente na rua. Bolsonaro tornou-se uma espécie de celebridade da política brasileira, seguido (literalmente) por fãs e jornalistas ávidos por suas trivialidades.

O título da matéria produzida pelo site G1¹⁶ na seção política do dia 11 de novembro de 2018 traz a seguinte manchete: “*Bolsonaro vai a praia, saca dinheiro e faz churrasco em casa, no Rio.*” A teoria do jornalismo *agenda-setting* pode explicar esse fenômeno, uma vez que conforme seu arcabouço teórico é a imprensa quem decide quais assuntos serão noticiados e qual será a importância dada a eles para que chegue aos seus consumidores de notícia, esse processo é decidido pela mídia, pois é ela quem escolhe se a notícia mais comentada do dia será sobre uma votação no Senado que trata

⁹ <https://www.publico.pt/2018/09/28/mundo/editorial/bolsonaro-o-jagunco-a-porta-do-planalto-1845536>

¹⁰ https://elpais.com/internacional/2018/09/27/actualidad/1538081751_076318.html

¹¹ <https://www.nzz.ch/international/der-rassistische-saubermann-ld.1352160>

¹² <https://bit.ly/2zNdkRF>

¹³ <https://www.news.com.au/lifestyle/real-life/wtf/is-this-the-worlds-most-repulsive-politician/news-story/926a4a59cf6132f770dfdbd46f610e97>

¹⁴ “Senhoras e senhores, conheçam o Dolnad Trump do Brasil.”

¹⁵ <https://oglobo.globo.com/brasil/o-pao-bolsonaro-com-leite-condensado-ganha-adeptos-no-rio-23216196>

¹⁶ <https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/11/11/bolsonaro-vai-a-praia-e-faz-churrasco-neste-domingo.ghtml>

sobre o aumento dos subsídios já bastante prestigiosos dos membros da Corte Suprema ou se o futuro presidente do Brasil fez um churrasco em casa para os amigos.

Conforme Walter Lippman em *Public Opinion* de 1922 o autor mostra a ligação entre as agendas públicas e as midiáticas. Para Lippman é a imprensa quem modela a opinião pública baseada em estereótipos simplistas capazes de distorcer a realidade. Foi o que aconteceu nas eleições de 1989, quando a Rede Globo de Televisão editou o debate presidenciável concedendo a Fernando Collor de Mello um olhar mais próximo do povo e diminuindo o seu distanciamento para com as classes mais baixas, atributos esses naturais ao seu concorrente direto, o ex-metalúrgico e sindicalista Luiz Inácio Lula da Silva. Gomes (2006) chama essa dinâmica televisiva de *factoide* (fatos artificialmente produzidos pela mídia) o polêmico debate presidencial editado e transmitido pelo Jornal Nacional.

Na ocasião, a emissora utilizou artifícios como aplicação de glicerina para reproduzir o efeito de suor, a retirada da gravata, uso de pastas falsas para levar ao telespectador a sensação de trabalho investigativo nas supostas denúncias contra Lula. Esses eventos foram confessados em entrevista ao jornalista Geneton Moraes Neto, na qual José Bonifácio Sobrinho, o Boni, então superintendente executivo da Rede Globo na época explica em detalhes a noite do debate. O final dessa campanha e a situação político-econômica do Brasil todos nós conhecemos.

O fato é que alguns sites da imprensa hoje produzem um efeito “Bolsonarizador” em suas matérias, levando ao consumidor final, a sensação de simplicidade e proximidade com o povo. Afinal, é a mídia quem determina quais serão as pautas de maior relevância e quais as descartadas, uma espécie de filtro de notícias. Se uma política será vista pela massa como uma presidenta desajustada estocadora de vento ou um homem firme e simples, capaz de comandar o Brasil na direção do progresso, esse processo se deve especialmente ao papel da mídia. Na referida matéria do G1, algumas imagens compõem a orquestra, primeiro um vídeo com a descrição: “*Em dia de sol no Rio, Bolsonaro vai ao banco, praia e faz churrasco*”. A próxima imagem segue com o presidente eleito sacando dinheiro acompanhado de um agente da Polícia Federal. Outra imagem é Bolsonaro fazendo churrasco em casa seguido pela última imagem da matéria: “*Bolsonaro comendo churrasco*”.

A partir do que analisamos até aqui é relevante problematizar o jornalismo e a política, uma vez que as relações entre a imprensa e o candidato do PLS (Partido Social

Liberal) Jair Messias Bolsonaro tornaram-se sensíveis e as polêmicas cada vez mais proeminentes. Como exemplo, apresentaremos a Folha de S. Paulo e as inúmeras situações advindas de publicações sobre o candidato. Para o Jornal O Público¹⁷ de Portugal, a Folha de S. Paulo e a liberdade de imprensa foram atacados por Bolsonaro. Chamado de extrema-direita pelo jornal português, Bolsonaro classifica a Folha de S. Paulo como menos credível que “uma revista de piadas”, ameaçando a sua publicação, na rede social *Twitter*. Em correspondência, seus fiéis eleitores o apoiaram incondicionalmente por meio da mesma rede social enviando centenas de mensagens destinadas à jornalista Patrícia Campos Mello, autora da reportagem¹⁸ que denunciou um suposto esquema de difusão de mensagens em massa por empresários próximos a Bolsonaro, através do aplicativo *WhatsApp*.

Ao mesmo tempo, que a imprensa coloca em pauta o cotidiano do presidente eleito, esta é ridicularizada por ele. Seria então um jogo político de Jair Messias Bolsonaro para o enfraquecimento do papel da imprensa em um país democrático? O que se observa é que anterior às eleições presidenciais de 2018, o jornal Folha de S. Paulo já destacava Jair Messias Bolsonaro e suas atitudes controversas. Na matéria: “*Bolsonaro admitiu atos de indisciplina e deslealdade no Exército*”¹⁹, de 15 de maio de 2017, na época, o ainda presidenciável teve seu passado nas Forças Armadas revelado, denúncias de atitudes que feriam a ética gerando clima de inquietação dentro do órgão. A assessoria do então deputado foi procurada pelo jornal, no entanto, foi chamada de “*idiota e imbecil*” por esta.

Outro momento, em 2018, após as eleições presidenciais, quatro dos maiores jornais brasileiros foram impedidos de participar da primeira coletiva de imprensa de Bolsonaro²⁰ após eleito Presidente da República. Entre eles: Folha de S. Paulo, Estadão, O Globo e o Valor Econômico. A justificativa de Bolsonaro para o corrido foi: “*A imprensa está muito diversificada, eu cheguei aqui graças às mídias sociais. (...) Quem vai fazer a seleção sobre qual mídia vai sobreviver ou não é a própria população*”.

Conforme a Folha de S. Paulo, o presidente eleito não conta com uma assessoria de imprensa, suas entrevistas são avisadas de última hora. No entanto, o jogo político de

¹⁷ <https://www.publico.pt/2018/10/25/mundo/noticia/bolsonaro-ataca-media-brasileira-ameaca-liberdade-imprensa-1848903>

¹⁸ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

¹⁹ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/05/1884033-bolsonaro-admitiu-atos-de-indisciplina-e-deslealdade-no-exercito.shtml>

²⁰ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/bolsonaro-barra-folha-e-outros-jornais-em-primeira-entrevista-coletiva-como-presidente-eleito.shtml>

Bolsonaro com a imprensa se manteve antes, durante e após as eleições. Suas declarações, em geral, partem da rede social de mensagens curtas, *Twitter* ou *lives* na rede social *Facebook*. Que segundo ele, é por onde seus eleitores devem se manter informados oficialmente. Notoriamente, Bolsonaro joga contra a imprensa, concedendo pouca importância e pondo em cheque sua credibilidade, e deixando-a em segundo plano para noticiamento de suas decisões governamentais.

4. JORNALISMO E A POLÍTICA

A relação de jornalismo e política sempre foi muito próxima. Com suas raízes no século XIX teve seu desenvolvimento como primeiro *mass media*, a imprensa, e tornou-se uma fonte de expansão dos jornais, possibilitando a abertura de novos empregos, e que, durante o século XIX, tinha como objetivo fornecer informação, e não propaganda. Alguns valores são identificados como o jornalismo, entre eles: a notícia, a busca pela verdade, a objetividade, a independência e a ideia de servir ao público (TRAQUINA, 2005, p. 34).

No entanto, essas características mais nobres do papel da imprensa, especialmente nas sociedades democráticas mudaram. Para Sékula (2016) perante os paradigmas que nascem das novas formas de participação, resultado proveniente em sua maioria pela simplificação e popularização dos usos das tecnologias, o jornalismo e as demais formas representativas que constituem as sociedades contemporâneas já não se amparam pelas regras que criaram, houve muita mudança nesse sentido.

Conforme Sékula (2016) poder que é chamado de “poder da mídia” está ligado aos discursos que circulam na própria mídia, como explica o autor supracitado, existe, portanto, uma relação de caráter direto de visibilidade, que é apresentado ao consumidor final sob um manto de “transparência”. Quando na verdade, a tal transparência não pode ser objeto de pretensão da mídia. O processo de produção de discursos sobre o acontecimento acaba por torna-se mais importante que o próprio acontecimento em si. Melhor ainda, torna-se o próprio acontecimento. É nessa constante apropriação dos acontecimentos com seus desdobramentos discursivos e contra discursivos que se instituem as disputas pelo poder, bem como os movimentos de contrapoder que operam na construção dos sentidos sobre a realidade.

O homem sempre teve que se confrontar com a necessidade fazer opções, mesmo que na satisfação de seus desejos mais imediatos ou necessidades biológicas, como sede e fome. As relações sociais a partir daí revelaram a necessidade de uma reflexão ética sobre suas atitudes, ou seja, pensar o mundo sob uma ótica moral como objeto de relações axiológicas entre seus iguais, grupos e/ou sociedades. A normatização deontológica de regras e condutas morais reflete a sistematização social, conforme explica Karam (1997). Para o autor, refletir sobre a ética em uma atividade, constitui um tormento pessoal, um afastamento da prática imediatista, da complexificação da moral profissional e do registro da profissão na contemporaneidade.

Pode-se dizer que moral e ética não são meros conceitos, e é sabido que há muita confusão entre esses termos, é possível, por exemplo, que uma pessoa conhecida por sua “moral elevada” incorra por ações consideradas por seus pares como “pouco éticas”. Do mesmo modo, os dois termos são usados como sinônimos com frequência, parte se dá pelos entornos imprecisos das duas palavras. Ética é uma instância de reflexão, e moral, por sua vez está ligada à prática (PAUL, 2017). Como efeito de um contato entre o telespectador/leitor/consumidor e um produto jornalístico nasce o que é chamado de “presunção de credibilidade”, na qual o sujeito espera encontrar a verdade como valores conexos ao atuar da imprensa, se esse contrato é quebrado (indivíduo e veículo) é porque as expectativas não foram atendidas.

Assim como pensar no fazer jornalístico, Alsina & Silva (2018), questionam: É possível pensar o jornalismo sem ética? Quando se fala: “jornalismo antiético”, os autores entendem que este é um fazer que não respeita o público e a audiência, incluindo os que são diretamente afetados, mesmo que para tal, o jornalista tenha usado linguagem técnica jornalística. O resultado, de modo geral é negativo para o cidadão e a sociedade.

Existe no Brasil o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros²¹ que por sua vez, em seu artigo 2º, inciso II diz: “a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão” ou ainda em seu artigo 4º: “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação”. Ainda assim, os códigos de ética podem ser

²¹ Disponível em: < http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>

considerados mais do que manuais ou documentos legais, é o que Cazzamatta (2015) os chama de “tigre sem dente”, por serem um mecanismo livre e de implementação difícil.

Para Cazzamatta (2015), esses códigos levam a uma reflexão quanto ao abuso da liberdade de expressão, ao fortalecimento da profissão, alcance de padrões e norteiam o profissional para assegurar a qualidade e ética. Também certificam os direitos do jornalista de exercer a livre expressão com responsabilidade e do cidadão a ter informação como direito fundamental. Muitas são críticas quanto ao poder legal de um código de ética, especialmente nos países da América do Sul, onde somente dois são considerados como totalmente livres para a imprensa. No entanto, a importância do código de ética, se dá pela responsabilidade baseada nas funções exercidas. Evitando abusos, como o de liberdade de expressão, ou alcançado padrões para o exercício da profissão ou assegurando a qualidade desse ofício jornalístico.

Para Karam (1997) torna-se, portanto, legítimo defender que pressupostos da moralidade e da ética aos quais se desdobram a atividade profissional do jornalista não podem estar submetidos à lógica do Estado, ao interesse particular ou a critérios pessoais. O controle social da informação é o caminho mais próximo da verdade. A carga enorme de acontecimentos diários constituem bases verdadeiras para formulação e defesa de uma ética na profissão, que exija uma práxis política consciente do jornalista.

Conforme Cornu (1994) a interpretação do tempo presente é inserida num contexto social e político pelo jornalista que se inscreve na história. Para o autor, a liberdade de imprensa é o ato de abertura para uma ética da informação, que leve a sério o papel político da imprensa em seu sentido amplo. A informação jornalística moderna contribui para criar um sentimento de pertencimento, numa dada sociedade. É uma das funções reconhecidas aos *media*, os tornando elementos de coesão social. O objeto ético da informação é dever da verdade. A legitimação é exigida e se desenvolve no campo do político e desenha a responsabilidade fundamental do jornalista. A responsabilidade de dizer a verdade e garantir o respeito desta perante aos cidadãos.

O público tem direito de ser informado, e isso é responsabilidade do jornalista, sendo esta missão pública a primeira condição da democracia. Os que detêm nas mãos a informação têm na ignorância o seu favorecimento, eles protegem em segredo essa informação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, algumas considerações precisam ser asseguradas. Primeiro, a forma de comunicação e acesso à informação mudou bastante nas últimas décadas, a imprensa, especialmente os jornais da mídia tradicional precisaram se adaptar à geração de internautas que cada vez mais trocam a televisão ou jornal impresso pelo ciberespaço e à velocidade da informação, que não necessariamente é checada ou apurada eficazmente.

Outra crítica quanto ao fazer jornalístico ético em meio aos enredos políticos atuais pouco favoráveis à democracia é a falta de regulamentação que implemente regras e assegurem direitos mais assertivos para o fortalecimento dessa importante ferramenta de construção da democracia social que é o fazer jornalístico. Fala-se em democracia e imprensa livre, quando na verdade vivemos em um país onde, somente em 2018, quatro jornalistas foram mortos, segundo dados da organização não-governamental Repórteres Sem Fronteiras²².

Ao mesmo tempo em que a mídia tradicional teve um crescimento inferior às redes sociais nos últimos anos, restou à imprensa a adequação ao ciberespaço. Um exemplo interessante de ética e compromisso com a informação é o da Folha de S. Paulo, um dos mais influentes jornais brasileiros, que por sua vez, se posicionou contra a mudança nos algoritmos no *Facebook*, deixando de publicar conteúdo da plataforma, alegando que os conteúdos não seriam repassados aos usuários de forma adequada e livre, mas direcionados e deliberados pela empresa de Mark Zuckerberg. Na ocasião Folha de S. Paulo não concordava com a nova política editorial do site. O mesmo jornal, que também foi criticado e ameaçado por Jair Messias Bolsonaro.

Outro ponto importante é a expansão da rede mundial entre os jovens, conforme pesquisa realizada pela Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM)²³, realizada com 15.050 pessoas, na qual aponta que a internet é segundo meio de comunicação mais utilizado entre os brasileiros e pela maioria dos jovens estudantes que não trabalham, cerca de 54%. Nesse processo, Jair Messias Bolsonaro soube aproveitar o engajamento dos jovens para autopromoção, disseminação do pensamento conversador de maneira eficaz, obtendo resultados surpreendentes dentro e fora do ciberespaço.

²² Disponível em: <<https://rsf.org/pt/barometro>>

²³ Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Hábitos de Consumo de Mídia Pela População Brasileira. Disponível em <<http://pesquisademidia.gov.br/#/Geral/details-917>> acesso em 18 de out de 2018.

Jagunço à porta do Planalto, Pinochet Institucional, Faxineiro Racista, Flerte com os dias sombrios e Donald Trump dos Trópicos diziam os principais jornais do mundo. A relação de Jair Messias Bolsonaro com imprensa tornou-se bastante sensível. Duramente criticado pelos jornais estrangeiros e brasileiros, o político passou então a escolher “a dedo” quais veículos de comunicação estariam presentes em suas coletivas de imprensa, ou ainda, sequer buscou a imprensa para fazer pronunciamentos, utilizou as redes sociais para isso.

Se no passado, a comunicação era controlada através da política, no presente, a política é controlada pela comunicação e a comunicação de massa se dá pela internet, no ciberespaço. O uso da polarização que além de ser uma estratégia comunicacional que recebe reflexo nas urnas, tornou-se uma divisão de opiniões que busca na ideologia da intolerância o engajamento dos jovens, especialmente pela internet. As mudanças na forma como as pessoas se comunicam transformou toda a imprensa exigindo adequações necessárias, porém, o caráter ético do jornalismo não pode mudar. A imprensa não deve se curvar para interesses privados, individuais, partidários e estatais, mas sobretudo, trabalhar em prol dos direitos coletivos. Seu caráter primordial e ético é entregar a informação de qualidade ao consumidor final, ou seja, a população, o cidadão comum.

A verdade deve ser vista como valor fundamental da informação, ou como escreve Daniel Cornu em *Ética da Informação de 1998*: “A missão de fazer circular informações e ideias por toda a sociedade não pode se realizar sem liberdade”.

Assim, faz necessário um pensar ético sobre o papel da imprensa, que baseado na verdade e na liberdade podem fazer do jornalismo uma ferramenta imprescindível para toda a sociedade e que não deve ser passageiro ou dependente deste ou daquele político ou partido. A imprensa totalmente livre é um sintoma que só as sociedades, de fato, democráticas podem ter.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. SILVA, Larte José Sirqueira da. **Ética e Jornalismo na era da Pós-verdade**. Vol. 4 n.3, 2018. Disponível em: < <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p726>>

BUTLER, Judith. **O que é a crítica? Um ensaio sobre a virtude de Foucault**.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet. Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Tradução Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Ed. Zahar. 2003

CAZZAMATTA, Regina. **Uma análise comparada dos códigos de ética jornalística nos países da América do Sul.** Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2015v12n1p186>>

CONCEIÇÃO, Robson Carneiro. **Campanhas online e polarização política: o uso do Twitter nas eleições presidenciais brasileiras de 2014.** Salvador, 2017.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade. Para uma ética da informação.** Ed. Instituto Piaget, 1994
_____. **Ética da Informação.** Tradução Laureano Pelegrin. Bauru-SP. Ed. EDUSC, 1998.

FOUCAULT, Michel. **O que é a crítica?** Qu'est-ce que la critique? Critique et Aufklärung. Bulletin de la Société française de philosophie, Vol. 82, n° 2, pp. 35 - 63, avr/juin 1990 (Conferência proferida em 27 de maio de 1978). Tradução de Gabriela Lafetá Borges e revisão de Wanderson Flor do Nascimento. Disponível em <http://michel-foucault.weebly.com/uploads/1/3/2/1/13213792/critica.pdf>

GOMES, Marcelo Bolshaw. **A imagem Pública de Lula e Eleições Presidenciais Brasileiras (1989/2002).** Salvador, UFBA, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-bolshaw-lula.pdf>

KARAM, Francisco José Castilhos. **Jornalismo, Ética e Liberdade.** São Paulo: Summus, 1997.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. – São Paulo: Ed. 34, 1999. (Coleção TRANS).

PAUL, Dairan Mathias. **Valores morais em atos de jornalismo: reflexões sobre uma ética para não-jornalistas.** Florianópolis, 2017.

REIS, Kleiton Luis Nascimento. **Critérios de seleção de notícias em redes sociais na internet: um estudo do perfil noticioso da Folha de S. Paulo no Facebook.** Florianópolis, 2015.

SÉKULA, José Ricardo. **Os memes como exercício de contrapoder a discursos político-midiáticos: uma reflexão a partir dos debates eleitorais de 2014.** Florianópolis, 2016.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet.** Florianópolis, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** Ed. Insular, 2. Ed.. 2005.

VAZ, Graziela Moreira. **Mediações éticas, estereótipos de esquerda e intolerância na rede: um estudo de posts da fanpage de Leonardo Sakamoto – dezembro de 2012 a julho de 2017.** Belo Horizonte, 2017. Disponível em https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=6314414 Acessado em 26 nov. 18