

Liberdade de Expressão, *Fake News* e Discurso de Ódio – uma reflexão¹

Carla de Araujo RISSO²
Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

RESUMO

Em várias partes do mundo, observamos a ascensão de políticos populistas, que chegam ao poder fazendo uso de discursos de ódio e de desinformação em suas campanhas eleitorais. Este artigo propõe uma reflexão sobre os limites do conceito de liberdade de expressão em uma sociedade livre, aberta, "tolerante" e democrática. No contexto atual, cabe-nos perguntar se é possível que permitamos que tal discurso agressivo e incitador do ódio fique impune e não regulamentado? Em outras palavras, é preciso investigar como podemos acomodar as liberdades fundamentais e resolver o problema da tolerância diante do discurso dos intolerantes.

PALAVRAS-CHAVE: Liberdade de expressão; Fake news; Discurso de ódio.

INTRODUÇÃO

A dicotomia sempre presente entre liberdade de expressão e a manutenção dos valores éticos da sociedade tem sua origem no conceito filosófico de liberdade que, geralmente, é dado pela negação: trata-se da ausência de submissão, de servidão e de determinação. Segundo grande parte da tradição filosófica, a liberdade significa a ausência de servidão e seria vivenciada no interior do homem, ligada principalmente à vontade, ao livre arbítrio, ao prazer de decidir. Para René Descartes (1596-1650) um homem é livre na medida em que pode escolher fazer ou não alguma coisa sem ser coagido por força exterior. Na visão cartesiana, a liberdade depende da razão e do ato de saber avaliar todas as alternativas disponíveis antes de tomar uma decisão.

Thomas Hobbes (1588 – 1679), pensador de grande influência na filosofia do direito e na concepção do Estado Moderno, define a liberdade pela ausência de impedimentos externos, que poderiam tirar parte do poder que cada indivíduo tem de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Docente do Curso de Jornalismo da FACOM/UFBA, e-mail: carlaarisso@gmail.com.

fazer o que quiser. Trata-se de um direito natural do homem usar a liberdade individual que possui para fazer tudo aquilo que seu próprio julgamento e razão indiquem como meios adequados para a preservação da vida.

Na perspectiva hobbesiana, para ter a proteção do Estado e manter a paz, é preciso que todos os indivíduos concordem em renunciar a seu direito a todas as coisas em estado de natureza, contentando-se a possuir a mesma liberdade que permite aos outros indivíduos. A transferência mútua de direitos, para Hobbes, é aquilo a que se chama “contrato” e, uma vez estabelecidos os vínculos, os homens ficam obrigados a cumpri-los por medo das consequências resultantes da ruptura do acordo social tácito. Dentro da lógica hobbesiana, um indivíduo que transfere ou renuncia a seu direito de liberdade e aceita o contrato do Estado age de forma voluntária, pensando no bem comum. É esse conceito de bem comum que procura justificar a ocorrência de discursos a favor da censura de ideias.

No pensamento determinista de Hobbes, no qual, em respeito ao contrato social, dentro do Estado não há liberdade plena. Isso nos leva a perguntar, então, até que ponto a ideia de uma sociedade livre, aberta, "tolerante" e democrática, na qual o espaço para ideias impopulares e controversas parece muito estreito, exige que permitamos que tal discurso agressivo e incitador do ódio fique impune e não regulamentado? Em outras palavras, como acomodar as liberdades fundamentais e resolver o problema da tolerância para com os intolerantes? Devemos estender a liberdade de expressão a discursos com conteúdo intolerante?

O CENÁRIO

Em 2010, em entrevista à *New Left Review*, Eric Hobsbawm apontou algumas mudanças importantes que sucederam o colapso das esperanças de avanços sociais globais após a chamada Era de Ouro (período de 1949-73). A primeira delas, que vem acontecendo desde os anos 1990, é o deslocamento do centro econômico do mundo do Atlântico Norte para o sul e o leste da Ásia – com a ascensão da China. Outra mudança é a crise mundial do capitalismo, somada ao fracasso, desde 2001, dos EUA em exercer a hegemonia global. Por fim, pode-se perceber a erosão e o enfraquecimento sistemático da autoridade dos Estados nacionais em grandes regiões do mundo.

Hobsbawm não visualizava qualquer recomposição política do que foi no passado a classe trabalhadora.

O declínio da classe operária manual na indústria parece, de fato, ter atingido seu estágio terminal. Ainda restam ou vão restar muitas pessoas fazendo trabalhos manuais, e a defesa das condições de trabalho delas continua a ser uma tarefa importante de todos os governos de esquerda. Mas essa defesa não pode mais ser o alicerce principal das esperanças dessas pessoas: elas não possuem mais potencial político, nem mesmo teoricamente, porque não possuem o potencial de organização da classe operária antiga. (HOBSBAWN, 2010)

Esse declínio é consequência de três outras mudanças negativas importantes. Uma delas é a xenofobia, expressa por August Bebel como "o socialismo dos tolos" – proteja meu emprego contra pessoas que estão competindo comigo. A segunda mudança é que boa parte da mão de obra com maior *grau* de habilidades *manipulativas* e menor *grau* de abstração no desempenho do trabalho produtivo não é permanente, mas temporária. Hobsbawm, que faleceu em 2012, não viu a chamada “uberização” do trabalho – termo ligado à empresa Uber, cunhado para expressar um novo formato de fazer negócios de maneira informal, flexível e por demanda, com apoio nas tecnologias móveis e que conectam o consumidor ao fornecedor de produtos e serviços da forma mais direta possível. No Brasil, segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em maio de 2020, 13% da população estava desempregada. A “uberização” se apresentou como uma alternativa para garantir alguma forma de sustento ou complementar a renda num cenário pessimista para os empregos formais. Nem a mão de obra temporária nem a mão de obra “uberizada” têm potencial para se organizar politicamente. Por fim, segundo Hobsbawm, a terceira e mais importante mudança é a divisão crescente gerada por um novo critério de classe, a formação universitária para acesso a empregos – que desviou a consciência de classe da oposição aos patrões para a oposição a representantes de alguma elite. A consequência dessa mudança é a impossibilidade de unir a classe média instruída e os intelectuais à massa dos pobres e ignorantes.

É possível, em certo sentido, os pobres se identificarem com os multimilionários, como acontece nos EUA, dizendo "eu só precisaria de sorte para virar popstar". Mas não é possível dizer "bastaria um pouco de sorte para eu virar ganhador do Prêmio Nobel". Isso cria um problema real quando se trata de coordenar as posições políticas de pessoas que, objetivamente falando, poderiam estar do mesmo lado (HOBSBAWN, 2010).

Esse cenário é propício para o aparecimento de populismo. Theófilo Machado Rodrigues (2018) aponta que, antes circunscrito geopoliticamente na América Latina, o populismo emergiu nos últimos anos com certo sucesso eleitoral nos Estados Unidos, Inglaterra, França e Alemanha. Donald Trump e Bernie Sanders nos EUA, Nigel Farage e Jeremy Corbyn na Inglaterra, Marine Le Pen e Jean-Luc Mélenchon na França, Die Linke e AfD na Alemanha são alguns dos exemplos mais expressivos.

Baseado no conceito de Ernesto Laclau, RODRIGUÊS (2018) ressalta que o populismo não pode ser observado sob uma chave positiva ou negativa, mas sim como um método de construção do político. Antes de se tratar de um conteúdo específico ou de um tipo de ideologia, o populismo tem uma forma complexa de articulação de demandas em determinada formação social. Como não possui um conteúdo específico, o populismo pode ser considerado de esquerda ou de direita, dependendo da formação social e histórica onde ocorre.

O populismo pressupõe a construção retórica de uma noção de “povo” que se opõe a um determinado inimigo. Aqui, a ideia de “nós” versus “eles”, em que o “nós” é o “povo” é fundamental. Esse “nós” versus “eles” pode ser o proletariado contra a burguesia, os nacionais contra os imigrantes, os brancos contra os judeus, os progressistas contra os misóginos, racistas e homofóbicos etc. Mas como se forma esse “nós”, como se forma o sentido de “povo”? (RODRIGUÊS, 2018)

Em determinados momentos da história, algumas demandas sociais não são atendidas pelo *establishment*. Embora diversas, essas demandas são articuladas entre si em torno da ideia de “povo” e, para que possam encontrar uma representação simbólica que as sintetize – o que Laclau chamou de um “significante vazio” –, em geral, no populismo, surge nome de um líder carismático.

Para Andrej SKOLKAY (2000, p. 2 apud BARBOSA, 2018), um respeitado estudioso do populismo na região central da Europa,

O populismo é uma forma de retórica política fortemente antagônica que simplifica extremos e oferece, na maioria das vezes, soluções vagas. O político populista apresenta-se como um homem comum que entende as pessoas, em contraste com as elites corruptas, incapazes e/ou impróprias para governar. Ele diz representar todos os não-privilegiados ou desfavorecidos, sub-representados, ou qualquer outro grupo relativamente grande e vagamente definido.

O perfil psicológico de um líder carismático populista, segundo SKOLKAY (2000, p. 5 apud BARBOSA, 2018) é caracterizado por um indivíduo paternalista e como visão de mundo faz a distinção bem demarcada entre amigo/inimigo. O populista é propenso à intolerância e à hipocrisia com regras autoritárias de comportamento e, normalmente, manifesta falta de paciência com assuntos políticos e uma tendência natural para procurar soluções fáceis e radicais.

A maior parte do sucesso eleitoral nos últimos anos dos novos partidos populistas se fez por meio da construção da retórica de ataque a seus rivais. Seus membros, percebendo a desilusão e o distanciamento entre partidos e eleitores, souberam astutamente incluir em suas plataformas de governo as principais demandas da população.

Para LACLAU (2013), contudo, o populismo não pode ser considerado uma anomalia da democracia representativa, nem pode ser resumido apenas à relação entre o carisma da liderança política e a população – pois o povo não é uma categoria estática, mas sim uma construção discursiva de diversas experiências e tendências ideológicas. Antes, o populismo representa uma articulação política mais profunda, da “construção do povo contra o seu inimigo” – seja ela o embate entre pobres e ricos, entre nacionais e estrangeiros, ou qualquer outro antagonismo.

LEVITSKY e ZIBLATT (2018, p.35) defendem que candidatos autoritários são encontrados, com grande constância, no grupo de *outsiders* populistas. Esses autores definem como populistas os políticos *antiestablishment* que, afirmando representar a “voz do povo”, atacam o que descrevem como uma elite corrupta e conspiradora. “Populistas tendem a negar a legitimidade dos partidos estabelecidos, atacando-os como antidemocráticos e mesmo antipatrióticos. Eles dizem aos eleitores que o sistema não é uma democracia de verdade, mas algo que foi sequestrado, corrompido ou fraudulentamente manipulado pela elite”. A promessa principal é enterrar essa elite e devolver o poder “ao povo” e, quando populistas ganham eleições, frequentemente investem contra as instituições democráticas. Donald Trump e Jair Bolsonaro são exemplos desse tipo de populista que chegou ao poder por meio do voto.

LEVITSKY e ZIBLATT (2018, p.90) ressaltam que, embora muitos vejam os populistas como meros “falastrões” e que suas palavras não devem ser levadas demasiado

a sério, um rápido exame dos líderes demagógicos mundo afora sugere que muitos deles de fato cruzam a fronteira entre palavras e ação.

É por isso que a ascensão inicial de um demagogo ao poder tende a polarizar a sociedade, criando uma atmosfera de pânico, hostilidade e desconfiança mútua. As palavras ameaçadoras do novo líder têm um efeito bumerangue. Se a mídia se sente ameaçada, pode abandonar o comedimento e padrões profissionais, num esforço desesperado para enfraquecer o governo. E a oposição pode concluir que, pelo bem do país, o governo tem que ser afastado através de medidas extremas – impeachment, manifestações de massa, até mesmo golpe. (LEVITSKY; ZIBLATT, 2018, p.90)

POLARIZAÇÃO E FAKE NEWS

Além dessas circunstâncias econômicas e políticas, segundo WARDLE e DERAKHSHAN (2017), estamos também testemunhando uma “poluição da informação” em escala global. Encontramo-nos imersos em uma rede complexa de motivações para criar, disseminar e consumir mensagens “poluídas”. Tal rede utiliza-se de uma infinidade de tipos e técnicas para amplificação de conteúdo, de inúmeras plataformas para hospedar e reproduzir esse conteúdo, e de velocidades vertiginosas de comunicação entre colegas confiáveis (*trusted peers*).

A produção discursiva dessas mensagens poluídas incorpora elementos pré-construídos para formar, repetir, transformar, denegar ou esquecer elementos. Trata-se de um discurso, como todos os outros, preso às dimensões do espaço e à contiguidade do tempo, inserido num contexto histórico e social interagindo com outros enunciados. Sendo assim, as chamadas “fake news” também difundem alguns tipos de visões de mundo. Um conjunto diversificado de usuários está envolvido na difusão de informações falsas, alguns involuntariamente, outros por motivos particulares. Por exemplo, organizações terroristas exploram as redes sociais para deliberadamente difundir informações falsas para fins de propaganda. Usuários mal-intencionados podem utilizar ferramentas sofisticadas de automação (os *bots*) ou contas falsas para espalhar sua ideologia.

Segundo WARDLE e DERAKHSHAN, os impactos diretos e indiretos da poluição da informação são difíceis de quantificar e de compreender a totalidade de suas implicações. Desde os resultados da votação do “Brexit” no Reino Unido, a vitória de Donald Trump nos EUA e de Jair Bolsonaro no Brasil, muito tem-se debatido sobre como

“a desordem da informação” está influenciando as democracias. “Mais preocupantes, no entanto, são as implicações a longo prazo das campanhas de desinformação, projetadas especificamente para semear desconfiança e confusão e aprimorar as divisões socioculturais existentes usando tensões nacionalistas, étnicas, raciais e religiosas” (WARDLE e DERAKHSHAN,2017).

Os autores subdividem a poluição da informação em três categorias: desinformação (*disinformation*), Informação incorreta (*misinformation*) e mal-informação (*mal-information*)³.

Desinformação é a informação falsa deliberadamente criada ou disseminada com o objetivo expresso de causar dano. Produtores de desinformação tipicamente têm motivações políticas, financeiras, psicológicas ou sociais. **Informação incorreta**, apesar de falsa, não tem a intenção de causar dano – subdivide-se em **falsa conexão** (*false connection*) – quando os títulos, textos, imagens ou legendas não confirmam o conteúdo – e **conteúdo enganoso** (*misleading content*) – uma mensagem com conteúdo chamativo, e sensacionalista, que pode ser criada para distrair caçadores de cliques (*clickbait*) ou difundida por indivíduos que querem ser úteis (alerta de golpes e catástrofes). Um exemplo é uma história falsa que viralizou nas redes sociais no final de julho de 2020, intitulada “Covid-19. Taxa de Mortalidade vs. Níveis de Vitamina D”. A postagem fala de um suposto estudo alemão, que teria conseguido provar que a quantidade de vitamina D disponível no corpo de uma pessoa é inversamente proporcional aos sintomas apresentados nos infectados do vírus. **Mal-informação** é uma informação “genuína”, porém nociva e compartilhada para causar dano – inclui **Vazamentos** (*leaks*), **Assédio** (*harassment*) e **Discurso de Ódio** (*hate speech*).

Essa desordem da informação é um fenômeno contínuo, que absorve a polarização dos diversos grupos sociais. Para os produtores desse tipo de conteúdo, é interessante manter o estado de polarização, porque a viralização se torna mais fácil em ambientes em que as pessoas estão contaminadas emocionalmente com o ódio. Segundo Vinicius Romanini⁴ (2019), quem produz informações enganosas utilizando Big Data – análise e a interpretação de grande variedade e volume de dados – já mapeou os pontos frágeis de

³ <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>>

⁴ Vinicius Romanini em Entrevista a Maria Cristina Castilho Costa. Parte 2. São Paulo: out. 2019. Disponível em: <<http://www.prosasemcensura.com.br/>>. Acesso: 10 ago. 2020.

acesso dos usuários. Portanto, sabem quais são nossas fragilidades e criam conteúdos para atingir essas vulnerabilidades – fazendo com que as mensagens tenham um apelo emocional claro e imediato. “É por isso que as *fake news* desenvolvem muito os discursos de ódio, porque o ódio é aquilo que imediatamente entra na nossa cognição e contamina rapidamente a nossa capacidade de fazer juízo, de julgar as coisas” (ROMANINI, 2019). Assim sendo, as pessoas cotidianamente estão inseridas em um ambiente cada vez mais tóxico, numa lógica perniciososa que visa a atingir os nossos pontos nervosos mais frágeis. Disso decorre um efeito terrível na psiquê das pessoas e causando doença em muita gente – ao ponto de alguns indivíduos, preventivamente, se distanciarem das redes sociais por identificarem nesse contato um foco de ansiedade e de doença psíquica.

É notório que nos períodos eleitorais há grande disseminação da chamada “poluição da informação”, que certamente tem sido prejudicial à democracia. Para Vinícius ROMANINI⁵ (2019), os meios de comunicação de massa já há muito tempo são usados em campanhas eleitorais para difundir ataques e denúncias vazias, ao invés de promover o debate racional e propositivo. O que se pode presenciar atualmente, com o advento das redes sociais e a criação de estratégias cada vez mais sofisticadas de produção massiva de desinformação, é uma exponenciação dessa prática capaz de contaminar as democracias. A própria história recente do Brasil mostra a existência de um marketing eleitoral de baixo nível.

Vários pesquisadores da temática acreditam que é preciso enfrentar a complexidade do fenômeno da “desordem da informação”, criando formas inovadoras de combatê-lo e preservando aquilo que é fundamental à democracia, que é a liberdade de expressão. Nos Estados Unidos, em julho de 2020, as plataformas digitais Twitch e Reddit excluíram discursos de intolerância e preconceito em postagens e canais ligados à campanha do presidente Donald Trump – concorrendo por sua reeleição. No mesmo mês, o Facebook retirou do ar uma série de contas e páginas em diversos países, por se tratar de um conjunto de usuários falsos e inautênticos que atuavam de maneira coordenada. A ação foi motivada pela *Stop Hate for Profit*⁶ (“pare de odiar por lucro”), campanha que conta com o apoio de mais de mil empresas, mais de cem organizações sem fins lucrativos

⁵ Vinícius Romanini em Entrevista a Maria Cristina Castilho Costa. Parte 2. São Paulo: out. 2019. Disponível em: <<http://www.prosasemcensura.com.br/>>. Acesso: 10 ago. 2020.

⁶ Disponível em: <<https://www.stophateforprofit.org/>>. Acesso: 16 ago. 2020.

e inúmeros consumidores, que acusam o Facebook de valorizar seus lucros ao invés de conter o ódio, a intolerância, o racismo, o antissemitismo e a desinformação.

Porém, aqueles que geram os conteúdos falsos também são criativos, e têm grande capacidade de adaptação para gerar novas formas de iludir. Se as regras mais rígidas são impostas por alguma plataforma, em breve, encontrarão outra que a substitua.

DISCURSO DE ÓDIO E MOBILIZAÇÃO

ROMANINI e MIELLI (2019, p. 38 e 39) ressaltam que os discursos de ódio ocupam um espaço importante no debate sobre liberdade de expressão porque “em razão da escala, velocidade e alcance que passaram a ter por causa da dinâmica das redes sociais e pelo caráter emotivo que lhes confere maior capacidade de viralização, têm sido largamente utilizados para influenciar a opinião pública”. Os autores apontam que, até a era pré-internet, os padrões de manipulação eram a ocultação, fragmentação, inversão e indução, num jogo no qual as regras eram conhecidas por todos os jogadores. Na era das novas Tecnologias da Informação e Comunicação, novos mecanismos de seleção de conteúdos foram criados pelas plataformas digitais e, a partir do tratamento de dados pessoais e do uso de algoritmos opacos, produzem novas dinâmicas para a circulação de mensagens. “Estamos participando de um jogo no qual os jogadores – internautas, usuários das plataformas, produtores e consumidores de conteúdos – não conhecem as regras, o que torna o potencial de manipulação e seus impactos ainda maiores do que os anteriores”. (2019, p. 36)

Para se ter uma ideia do volume de circulação desse tipo de discurso, desde 2006, a SaferNet Brasil⁷ – Organização Não-Governamental responsável pela Central Nacional de Denúncias de Crimes Cibernéticos, em parceria com a Polícia Federal e o Ministério Público –, havia recebido mais de 2 milhões de denúncias de crimes de ódio, classificadas em apologia e incitação a crimes contra a vida, racismo, intolerância religiosa, neonazismo, xenofobia, homofobia, violência e discriminação contra mulheres.

O discurso de ódio é uma arma poderosa para se ganhar notoriedade na web. Em artigo intitulado “Como sua indignação nas redes sociais pode ter efeito contrário ao

⁷ SAFER NET BRASIL. Disponível em: <<http://saferlab.org.br/o-que-e-discurso-de-odio/index.html>>. Acesso: 16 de ago. 2020.

desejado”⁸, de 23 julho 2020, Vitor Tavares, da BBC News Brasil, aponta que, frequentemente, as postagens e vídeos são impulsionados nas redes sociais por aqueles que mais os repudiam. Isso se dá pelo modo que os algoritmos das plataformas trabalham para que os usuários passem mais tempo nelas. Quanto mais um determinado post afeta – tanto positivamente, quanto negativamente – as emoções dos indivíduos, mais vai ganhando destaque e alcançando novas pessoas. A professora Lilian Carvalho, coordenadora do Núcleo de Comunicação, Marketing e Redes Sociais Digitais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), entrevistada por Tavares, afirma que “a economia do ódio atua justamente aí, no conteúdo que as pessoas não vão conseguir evitar de olhar e comentar”. Um dos resultados dessa economia do ódio é a polarização, já que os extremos repercutem mais.

Mas como reconhecer os discursos de ódio? William WARNER e Julia HIRSCHBERG (2012) apontam que apenas mencionar, ou mesmo elogiar, uma organização associada a crimes de ódio não constitui necessariamente discurso de ódio. Por exemplo, a simples menção do nome “Ku Klux Klan” por si só não é odioso, pode aparecer na História, em artigos, documentos legais ou outras comunicações legítimas. Mesmo um endosso da organização Ku Klux Klan não cumpre o requisito de um ataque verbal a outro grupo. Os rotuladores podem se sentir ofendidos e acreditarem que tais declarações geralmente estão próximas de linguagem odiosa, mas essas declarações, por si mesmas, não são odiosas para WARNER e HIRSCHBERG. Pelo mesmo motivo, o orgulho excessivo de um orador em sua própria raça ou grupo não constitui ódio discurso. Embora essa ostentação seja ofensiva, é necessário um ataque a outras pessoas para satisfazer a definição de linguagem odiosa. Por outro lado, a rotulação desnecessária de indivíduos pertencentes a um grupo geralmente deve ser categorizada como discurso de ódio. Ressaltar desnecessariamente a raça ou etnia de um indivíduo é uma forma do falante para invocar um estereótipo.

Para WARNER e HIRSCHBERG, obviamente, termos depreciativos e epítetos raciais quando usados com a intenção de prejudicar sempre constitui linguagem odiosa, porém, constantemente, os propagadores do discurso de ódio apelam para a liberdade de expressão como justificativa para destilar seus preconceitos. Cabe, então, adotar alguns

⁸ <https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-53503478>

parâmetros normativos que permitam preservar simultaneamente a liberdade de expressão e a dignidade de minorias.

Para muitos juristas, o discurso de ódio é uma das formas de abuso no direito de liberdade de expressão, pois se caracteriza por ser uma manifestação agressiva e incitadora do ódio que afeta os direitos de personalidade dos indivíduos, trazendo-lhes prejuízos em virtude de raça, religião, orientação sexual, política e outras particularidades. OLMOS (2016) conclui que, diante desses prejuízos, “pode-se concluir que a liberdade de expressão não é um direito absoluto. No momento em que esse direito violar um direito constitucionalmente assegurado a outrem, deve existir a devida punição e limitação”.

A partir dessa visão jurídica, entende-se que a propagação do ódio nas redes sociais ultrapassa o limite do direito à liberdade de expressão – que não é absoluto, mas relativo. Desse modo, há a configuração do abuso de direito, objeto de vários casos concretos, e que resultou em um princípio geral construído pela jurisprudência: deve haver responsabilização quando a liberdade de expressão afetar os direitos dos indivíduos e trazer-lhes prejuízos.

O discurso de ódio é, juridicamente, uma forma de abuso do direito de liberdade de expressão e ocorre quando um indivíduo se utiliza esse direito para inferiorizar e discriminar outrem baseado em suas características, como sexo, etnia, orientação sexual, religião, entre outras. Contudo, pela dinâmica das redes sociais, a responsabilização da disseminação às vezes é difícil – contas abertas em países estrangeiros, por exemplo, estão sujeitas a outras legislações. No Brasil, a Justiça tende a considerar a liberdade de expressão um direito preferencial que se sobrepõe a outros.

CONSIDERAÇÕES

A visão primordialmente psicológica da cultura política está relacionada, sobretudo, às disposições ou orientações de indivíduos e grupos para com os objetos políticos, que podem ser medidas por meio de pesquisas ou escalas de atitude. Na era das novas Tecnologias da Informação e Comunicação, as companhias gestoras das plataformas digitais rapidamente desenvolveram novos mecanismos de seleção de conteúdos, a partir do tratamento de dados pessoais e do uso de algoritmos opacos, que produzem novas dinâmicas para a circulação de mensagens.

Para Norbert LECHNER (2002), as novas tecnologias de informação trouxeram uma mudança nos “mapas cognitivos” que os indivíduos usam para classificar e ordenar a realidade social. A expansão informatizada do espaço multiplica as possibilidades de comunicação à distância, além de modificar os padrões de sociabilidade e a noção de espaço público. A multiplicidade de códigos interpretativos e a velocidade com que as informações e os símbolos circulam, no entanto, aceleram a obsolescência das experiências passadas e implicam uma fragmentação do tempo social. “Nesse contexto, uma desmaterialização da realidade social é propagada”. (LECHNER, 2003, p. 51)

No campo da política, o uso das novas tecnologias de informação e comunicação possibilitou a entrada de novos mecanismos de atuação política para além dos canais institucionais, assim como propiciaram a criação de novos mecanismos de atuação – criando práticas e adaptando as antigas ao contexto digital. Na eleição de Barack Obama em 2008, pode-se ver que a visibilidade de uma campanha on-line não se resumiu a exibir conteúdo, como no modelo *webclássico*.

Em 2016, no referendo que deliberava sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia, que ficou conhecido por *Brexit* (sigla formada pela junção das palavras de língua inglesa “British” (Britânico) e “exit” (saída), as estratégias de utilização das redes sociais deram um passo além. A veiculação de propaganda política é proibida na TV britânica, então, a arena de debates se estendeu por praticamente um ano pelos veículos impressos, outdoors e mídia digital.

Dominic Cummings, diretor de campanha do “Leave” e criador do slogan “Let’s *Take back control*” (Vamos Retomar o controle), usou pela primeira vez a preciosa ajuda de empresas especializadas em *big data* (sobretudo a AggregateIQ), que o ajudaram a seduzir e a mobilizar eleitores indecisos e mal informados, por meio das redes sociais. Considerado inescrupuloso por muitos, Cummings foi acusado de desobediência pelo Parlamento por se recusar a prestar esclarecimentos sobre seus métodos políticos, alegando ser inocente e negando ter contado com o auxílio da Cambridge Analytica, famosa empresa que geriu clandestinamente milhões de dados e de perfis do Facebook. Chamado de “engenheiro do caos” pelo ensaísta italiano Giuliano da Empoli, Dominic Cummings publicou em seu blog, em 27 de março de 2019, o seguinte aviso:

Lembre-se: nós vencemos da última vez, embora o *Establishment* tivesse todas as forças com poder e dinheiro ao seu lado. Eles estragaram tudo porque não têm bons modelos de ação eficaz: literalmente não sabem o

que estão fazendo, como demonstraram ao mundo com as negociações farsescas. Eles estão estragando também a tentativa de cancelar o referendo. Vencê-los novamente e, por uma vantagem maior, será mais fácil do que 2016⁹.

Alguns meses depois, fazendo uso das mesmas estratégias britânicas, Donald Trump foi eleito, em 2016, o 45º presidente dos Estados Unidos, representando o Partido Republicano. O plano de comunicação de Trump usou uma mensagem muito direta e consistente, que foi ao encontro do desejo de mudança de uma parcela da população americana. Como no caso do Brexit, criou o descontentamento com o *status quo*, procurando impulsionar o comportamento, criar um processo para engajar as pessoas e elevar sua insatisfação por se sentirem impotentes. Essa estratégia do candidato Republicano o ajudou a construir lealdade atitudinal, o grau mais elevado de um cliente que gosta de uma marca, em vez de lealdade comportamental, quando um cliente compra um produto por hábito.

Como a campanha britânica do “Leave”, houve a disseminação de desinformação na campanha eleitoral de Donald Trump. Muitos pesquisadores sugerem que o republicano não seria eleito presidente se não fosse a influência de “fake news”. Segundo os estudos de GORODNICHENKO, PHAM e TALAVERA (2018), nos Estados Unidos, 3,23 pontos percentuais de votos de Trump podem ter sido influenciados decisivamente pela ação de bots nas redes sociais. O surgimento de bots significa potencialmente criar maiores riscos de manipulação, já que os humanos não conseguem detectá-los com facilidade.

Estes resultados confirmam a existência de “câmeras de eco” ou “bolhas”, criadas pelo Twitter e outras plataformas digitais, para que as pessoas compartilhem crenças políticas similares, de modo que tendam a interagir com outros membros das mesmas comunidades e, assim, reforçando suas convicções. Ao contrário, é mais provável que a informação de fora das “bolhas” seja ignorada. Em consequência, a polarização ideológica nas redes sociais como Twitter provavelmente se amplifica em lugar de

⁹ Texto original: “Remember: we won last time even though the Establishment had every force with power and money on their side. They screwed it up because they do not have good models of effective action: they literally do not know what they are doing, as they have demonstrated to the world in the farcical negotiations. They are screwing up their attempt to cancel the referendum. Beating them again and by more will be easier than 2016”. Disponível em: <<https://dominiccumings.com/2019/03/>>. Acesso: **19 ago. 2020.**

atenuar-se, o que faz que seja mais difícil chegar a um consenso sobre questões públicas importantes.

Para GORODNICHENKO et al. (2018), dado que o Twitter e outras plataformas das redes sociais podem criar a ilusão de um consenso público ou apoio, as redes sociais poderiam afetar as opiniões públicas de novas maneiras. Especificamente, os bots sociais poderiam difundir e amplificar “fake news”, influenciando no que os indivíduos pensam sobre um determinado tema e provavelmente reforçando suas crenças. Percebe-se então uma falsa sensação de liberdade de pensamento e de formação de opinião pública.

É muito difícil analisar um fenômeno complexo enquanto ele ocorre. Então, estamos diante de um futuro incerto, sem respostas simples para a questão “Como combater *fake news* e discursos de ódio?”. Há iniciativas como o *Stop Hate for Profit* e *Sleeping Giants*, que procuram interromper o lucro gerado com a sua disseminação e que têm tido uma certa eficácia em constranger as plataformas digitais. Nas esferas políticas, por exemplo, tramita no Congresso Brasileiro, o Projeto de Lei 2630/20, chamado de “PL das fake news”. Além disso, existem várias iniciativas de educação midiática em curso pelo País e os debates sobre o assunto acontecem na sociedade. Hoje, estamos mais cientes das ameaças que nos cercam do que estávamos há quatro anos. Mas será que Cummings, o estrategista do Brexit, tem razão? Ainda não temos modelos de ação eficaz contra os algoritmos e contra a manipulação? Particularmente, prefiro ser otimista e acreditar nas palavras de Maria Cristina Castilho COSTA (2013, p.49):

É fazendo uso da palavra, dos meios de comunicação, da possibilidade de opinar e de ser ouvido que cidadãos passam a dar importância ao direito à livre expressão e, conseqüentemente, a lutar por ele. Temos certeza de que a única forma de convivermos em uma cultura plural e democrática está em habituar os cidadãos à sua prática, integrando-os nela. E, parece-nos, essa deve ser uma premissa de todo processo educativo consistente e responsável. Só assim poderemos fazer frente a uma tradição secular de interdição à produção simbólica que atravessou todos os períodos de nossa história. Só assim deixaremos o paternalismo, o disfarce, o clientelismo e a cumplicidade que procuraram, e conseguiram muitas vezes, interditar a crítica, a opinião e o livre expressar.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, F. R. “Um Debate Sobre o Fenômeno do Populismo na Europa Central Pós 1989”. In: *Revista Estudos Políticos*, vol. 9, nº. 17, Niterói, 2018.

<https://periodicos.uff.br/revista_estudos_politicos/article/view/39851/22936>. **8 ago. 2020.**

COSTA, M.C. C. “Liberdade de expressão: como lutar por ela”. In: *Comunicação & Educação*, v. 18, n. 2, p. 43-50, 30 dez. 2013. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/68329/78466>>. **Acesso: 10 ago. 2020.**

GORODNICHENKO, Y.; PHAM, T. e TALAVERA, O. “Social Media, Sentiment and Public Opinions: Evidence From #Brexit And #Uselection”. In: *NBER Working Paper Series No.*

24631, 2018. Disponível em: <<https://www.nber.org/papers/w24631.pdf>>. **Acesso: 13 set. 2020.**

HOBBSAWM, E. “Hobsbawm, Eric aponta questões cruciais do século 21” [Entrevista concedida a] *New Left Review*. In: *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 abr. 2010. Disponível em:

<<https://m.folha.uol.com.br/ilustrada/2010/04/720155-historiador-eric-hobsbawm-aponta-questoes-cruciais-do-seculo-21.shtml>>. **Acesso: 8 ago. 2020.**

LACLAU, E. “O Discreto Charme do Populismo”. [Entrevista concedida a] LUCENA, E. In: *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 15 dez. 2013. Disponível em: <<https://m.folha.uol.com.br/ilustrissima/2013/12/1385187-o-discreto-charme-do-populismo.shtml>>. **Acesso: 8 ago. 2020.**

LECHNER, N. “Los desafíos políticos del cambio cultural” In: *Revista Nueva Sociedad*, Nº 184, p. 46-65, 2003. Disponível em: <https://nuso.org/media/articles/downloads/3110_1.pdf>.

Acesso: 13 set. 2020.

LEVITSKY, S. e ZIBLATT, D. *Como as democracias morrem*. São Paulo: Editora Zahar, 2018.

OLMOS, O. M. Q. “Liberdade de Expressão X Discurso de Ódio: Abordagem a Partir das Redes Sociais”. In: *Direito & TI*. Porto Alegre. 25/09/2016. Disponível em:

<<http://direitoeti.com.br/artigos/liberdade-de-expressao-x-discurso-de-odio-abordagem-a-partir-das-redes-sociais/#:~:text=O%20discurso%20de%20%C3%B3dio%20%C3%A9%20uma%20das%20formas%20de%20abuso,%2C%20pol%C3%ADtica%2C%20dentre%20outras%20particularidades>>. **Acesso: 18 ago. 2020.**

RODRIGUÊS, T. M. “Populismo de esquerda versus populismo de direita no início do século XXI: o conflito político nos EUA, Inglaterra, França e Alemanha”. In: *Revista Estudos Políticos*, vol. 9, nº. 17, Niterói, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/revista_estudos_politicos/article/view/39851/22936>.

Acesso: 8 ago. 2020.

ROMANINI, A. V. e MIELLI, R. “Mentiras, discurso de ódio e desinformação violaram a liberdade de expressão nas eleições de 2018”. In: *Liberdade de expressão: questões da atualidade* [recurso eletrônico] / COSTA, C.; BLANCO, P. (Orgs.). São Paulo: ECA-USP,

2019, p. 34-51.

TAVARES V. “Como sua indignação nas redes sociais pode ter efeito contrário ao desejado”. IN: *BBC News Brasil*. 23/07/2020. Disponível em:

<<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-53503478>>. **Acesso: 08 ago. 2020.**

WARDLE, Claire, e DERAKHSHAN, Hossein. “Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making”. In: *Council of Europe report*.

27/09/2017. Disponível em: <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>> **Acesso: 08 ago. 2020.**