

# V Congresso Literacia, Media e Cidadania

## Resumos

### **Comunicações Livres 1 – Mesa 4**

### ***Entre Fake e News: as Eleições Presidenciais no Brasil***

03 maio 2019 | 11h30 – 13h00 | Sala 23.3.9

### Índice

<b><i>Informação, Leitura e Biblioteca como Direitos Humanos: Os Desafios dos Bibliotecários Brasileiros Frente aos Retrocessos do Atual Governo .....</i></b>	<b>2</b>
<b><i>Entre fake news e pós-verdade: o caso Jair Bolsonaro nas eleições à presidência do Brasil em 2018.....</i></b>	<b>4</b>
<b><i>Fake news, redes sociais e democracia: reflexões a partir do caso das eleições presidenciais do Brasil de 2018 .....</i></b>	<b>6</b>
<b><i>Discurso e desinformação: uma análise do canal de Olavo de Carvalho no Youtube durante as eleições presidenciais 2018 no Brasil .....</i></b>	<b>8</b>
<b><i>No tempo das fake news e da pós-verdade – política, democracia e literacia midiática.....</i></b>	<b>10</b>

## **Informação, Leitura e Biblioteca como Direitos Humanos: Os Desafios dos Bibliotecários Brasileiros Frente aos Retrocessos do Atual Governo**

**Aldinar Martins Bottentuit** (Departamento de Biblioteconomia)

**Maria Mary Ferreira** (Departamento de Biblioteconomia)

**Maria Cléa Nunes** (Departamento de Biblioteconomia)

*Palavras-chave: políticas públicas, cidadania, bibliotecários, Brasil*

### **Resumo:**

O direito à informação e ao conhecimento se garante com o acesso à leitura, e aos bens culturais entre os quais o livro. A garantia desse acesso possibilita a formação de consciência crítica e clareza sobre direitos, cidadania, e responsabilidades que todo cidadão deve adquirir. Nesse processo o cidadão se transforma em sujeito e consequentemente se empodera, se transforma e passa a interagir de forma mais qualificada na sociedade. Desse modo pode-se afirmar que a informação está intrinsecamente relacionada com os Direitos Humanos. Ao refletir sobre os índices de leitura tendo a pesquisa Retrato da Leitura no Brasil de 2008 como referência inicial, observamos que os brasileiros dedicavam pouco tempo à leitura e mais de 70% preferiam assistir à televisão. A pesquisa também aponta que um número significativo de brasileiros, ou 42% dos entrevistados, não leram nenhum livro nos últimos meses do referido ano. De 2006 a 2015 o Brasil realizou um grande investimento na área de leitura e bibliotecas com a implementação de políticas públicas de educação e de cultura pelo Ministério de Educação e Ministério da Cultura através do Plano Nacional de Bibliotecas Escolares – PNBE e do Plano Nacional do Livro e da Leitura – PNLL, fato que contribuiu para superar parte dos indicadores citados, embora de forma lenta. A partir de 2016 com o impeachment da Presidenta Dilma Rousseff estes programas sofreram um revés, levando ao esvaziamento de suas funções e políticas. No atual contexto quando o País surpreende o mundo com a ascensão da extrema direita, observa-se uma inquietação da categoria de bibliotecários que intensifica ações questionando o papel do estado de direito. As recentes produções indicam uma mobilização da categoria e um debate que começa a emergir através de redes sociais que apontam para mudanças políticas que poderão aprofundar o debate sobre a ditadura instaurada recentemente no País. Este estudo reflete-se os resultados da Pesquisa Retrato da Leitura no Brasil e no Maranhão desenvolvido em 2016-2018 e um olhar sobre ações que estão sendo realizadas no Brasil que demonstra as inquietações dos bibliotecários sobre o momento político vivenciado

pelos brasileiros. **Metodologia:** trata-se de um estudo qualitativo fundamentado em análise de dados levantados em quatorze municípios maranhenses e análises realizados em blogs e sites de bibliotecários que demonstra a riqueza do debate que hoje se instaurou no Brasil.

## ***Entre fake news e pós-verdade: o caso Jair Bolsonaro nas eleições à presidência do Brasil em 2018***

**Andreza Alves** (Universidade do Minho)

**Eduardo Faria** (Universidade do Minho)

*Palavras-chave: fake news, pós-verdade, análise de conteúdo, jornalismo*

### **Resumo:**

A pesquisa apresenta e analisa a máquina de *fake news* dos eleitores e o caso Caixa 2 do candidato à presidência em 2018, do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Partindo dos conceitos de *fake news* e pós-verdade, no trabalho, serão analisadas duas reportagens: “A máquina de ‘fake news’ nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp”, publicado pelo jornal *El País*, em 28 de setembro de 2018 e “Empresários bancam campanha contra o PT pelo whatsapp”, noticiado pelo jornal *Folha de São Paulo*, no dia 18 de outubro de 2018.

A *fake news* surge como um dos grandes desafios da sociedade e imprensa contemporânea, pois além dos medias precisarem reforçar e renovar as suas práticas de comunicação, é necessário educar diversas sociedades para o uso consciente das novas tecnologias, o que exigiria o crescimento do alfabetismo tecnológico para o desenvolvimento senso crítico.

No entanto, contemporaneamente, existe outro fenômeno a ser observado: a pós-verdade. A pós-verdade vai muito além do partilhamento de informações falsas, ela corresponde mais ao encontro de valores e ideais pessoais ou coletivos. Portanto, o indivíduo não se importa se a notícia compartilhada não é verdadeira, ele compartilha e acredita que o seu valor vale mais do que com a realidade.

Segundo o autor Matthew D’Ancona (2017), “consumimos aquilo que já gostamos e evitamos o não familiar. O dínamo supremo da novidade também se tornou o curador do boato, do folclore e do preconceito”.

Por fim, para a realização desse trabalho, utilizamos duas reportagens, uma publicada pelo jornal *El País Brasil* e outra, pelo *Folha de São Paulo*. A metodologia de pesquisa será a análise de conteúdo dessas publicações, utilizando-se dos conceitos de *fake news* e pós verdade. O suporte bibliográfico será principalmente o livro *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempo de fake news*, do autor Matthew D' Ancona.

**Referências bibliográficas:**

Benites, A. (2018, 26 de setembro). A máquina de 'fake news' nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. *El País*. Retirado de

[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311\\_859341.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311_859341.html)

D'Ancona, M. (2018). *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempo de fake news*. Barueri: Faro Editorial.

Mello, P. C. (2018, 18 de outubro). Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. *Folha de S. Paulo*. Retirado de

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

## ***Fake news, redes sociais e democracia: reflexões a partir do caso das eleições presidenciais do Brasil de 2018***

**Inês Amaral** (Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e CECS/Universidade do Minho)

**Sofia José Santos** (CES/Universidade de Coimbra)

*Palavras-chave: desinformação, desintermediação, participação, democracia*

### **Resumo:**

O novo ecossistema mediático online, particularmente em contextos democráticos, assume as redes sociais como o seu centro, onde coabitam media, utilizadores comuns e novos *gatekeepers*. Num espaço em que a desintermediação é cada vez maior e onde se desenvolvem novas dinâmicas de *gatekeeping*, as notícias falsas propagam-se com a ajuda de algoritmos automatizados. Os algoritmos, a ‘datificação’ e a manipulação que ocorrem nas plataformas digitais, com particular ênfase para as redes sociais, influenciam diretamente as esferas sociais e políticas, especificamente o debate público, a participação cívica e a ação política.

A manipulação pública dos sentimentos dos receptores criando empatia com “fake news” induz ações espontâneas que se enquadram em processos de participação em rede sem organização. Efetivamente, a empatia com notícias falsas possibilita o aparecimento de formas individualizadas de ação política (Kavada, 2016), sem que o receptor tenha total noção de que contribui para a partilha massiva de ideologias. O sentimento de pertença a um grupo com opiniões similares surge como elemento mobilizador de ações conectivas. As estruturas de plataformas digitais sociais, pelas suas especificidades, potenciam ações individualizadas em rede (Micheletti, 2003) que impactam diretamente na esfera pública.

Na denominada era da “pós-verdade” ou dos “factos alternativos”, a distorção da realidade através de notícias falsas em *streaming* de redes sociais online transita para o offline com capacidade de influenciar eleições. Os novos *gatekeepers* propõem enquadramentos mediáticos e processos de mediatização que reconfiguram protagonistas e os próprios contextos eleitorais. O determinismo tecnológico esbate frequentemente aquelas que são questões centrais para se pensar criticamente sobre o atual ecossistema online como a mediação em termos de transmissão e a apropriação de media e tecnologia. Esta comunicação pretende refletir sobre a influência das “fake news” propagadas pelas redes sociais em épocas de processos eleitorais a partir do caso das eleições presidenciais brasileiras.

**Referências bibliográficas:**

Kavada, A. (2016). Social movements and political agency in the digital age: A communication approach. *Media and Communication*, 4(4), 8-12.

Micheletti, M. (2003). Shopping with and for virtues. In M. Micheletti (Ed.), *Political virtue and shopping: Individuals, consumerism, and collective action* (pp. 149–168). New York: Palgrave Macmillan.

## ***Discurso e desinformação: uma análise do canal de Olavo de Carvalho no Youtube durante as eleições presidenciais 2018 no Brasil***

Jean Fábio Borba Cerqueira (Universidade Federal de Sergipe)

Sonia Cristina Santos de Azevedo Cerqueira

*Palavras-chave: fake news, Bolsonaro, Olavo de Carvalho, desinformação*

### **Resumo:**

O contexto das eleições presidenciais no Brasil, em 2018, se caracterizou pela polarização política (esquerda versus direita) e pela intensa disseminação de “fake news”, cuja viralização através das mais diversas plataformas de redes sociais explica em boa medida a desinformação e o caráter antiético que constituiu a estratégia de legitimação de alguns destes discursos. É possível situar diversos atores sociais que encontraram nas redes sociais um espaço de persuasão e manipulação, todavia, neste trabalho tomaremos como objeto de estudo o canal de vídeos, disponível no Youtube, de um personagem que se tornou uma das principais referências da direita conservadora brasileira. Trata-se do ensaísta Olavo Luiz Pimentel de Carvalho, considerado uma peça chave para a exitosa campanha de Jair Messias Bolsonaro, cuja influência se estendeu à indicação de alguns ministros para o seu governo. Portanto, o objetivo deste trabalho é analisar a produção discursiva presente nos vídeos postados por Olavo de Carvalho em seu canal durante o período eleitoral. Em termos metodológicos, trata-se de um estudo apoiado na análise crítica de discurso, sob a perspectiva de Fairclough, que se funda na tridimensionalidade: texto (os vídeos divulgados), contexto (a campanha eleitoral brasileira) e prática social (conjunto de ações relativas ao Estado, à família, à sexualidade e à vida coletiva como um todo). A amostra da pesquisa correspondeu aos vídeos disponibilizados no canal entre os 15 dias antes do primeiro turno das eleições e até os 15 dias após o segundo turno. As categorias de análise foram definidas ao longo do processo de codificação dos dados, considerando aspectos relacionados à produção, circulação e recepção dos discursos presentes nos vídeos contemplados. Pondo em evidência temas, construções ideológicas de sentido, relações estabelecidas entre atores sociais representados, além de aspectos relacionados à circulação e ao acolhimento dos vídeos, a exemplo das visualizações, reações e comentários manifestados. A coleta, codificação e tratamento dos dados foram realizados através do software NVIVO. Em termos gerais, a pesquisa aponta para uma relação direta entre discurso e desinformação, recurso estratégico e político que



teve como finalidade o engano proposital, cujo alvo era a vilanização e desqualificação da esquerda como alternativa política.

**Referências bibliográficas:**

Fairclough, N. (2001). *Discurso e mudança social*. Brasília, DF: UnB.

## **No tempo das fake news e da pós-verdade – política, democracia e literacia midiática**

Valéria Cristina Lopes Wilke (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro)

*Palavras-chave: fake news, pós-verdade, literacia midiática, política brasileira*

### **Resumo:**

Este artigo aborda a informação e as novas mídias na contemporaneidade na relação com a literacia midiática. Por um lado, diagnostica a sociedade considerando-se o existir-no-mundo conforme o arcabouço tecnológico digital que ajunta o ser humano e o mundo numa realidade marcada pela instrumentalidade técnica e pelo consumo técnico dos objetos e ainda numa compreensão de realidade também ela marcada por esse arcabouço. Nele as tecnologias da info-comunicação, as imagens técnicas, as novas mídias, acentuadamente, são entendidas como elementos fundamentais para a estruturação da sociedade contemporânea e para o ordenamento mundial. A cultura telemática global, que tem na internet sua face visível e celebrada, existe graças aos fluxos informacionais que como fibras constroem o tecido social ao promoverem inusitadas formas de sociabilidade, de interação comunicativa, de construção/desconstrução de realidade e de verdade. Por outro, a partir da visibilidade que as notícias falsas (*Fake News*) adquiriram na história recente da política brasileira (eleições 2018), pretende-se problematizar a relação da literacia midiática com a democracia a partir do contexto do uso do WhatsApp. Esta ferramenta foi escolhida pela importância que teve naquele sufrágio. Os estados democráticos de direito contemporâneos e seus cidadãos estão enfeixados pelas infovias e pelos instantâneos fluxos informacionais. Isso faz com que cada indivíduo apareça como potencial emissor e receptor nas interações proporcionadas pelas diferentes redes sociais. Permite também a rápida disseminação de informações, em distintos formatos, construídas como narrativas a partir de elementos falsos ou distorcidos, ou seja, a partir da desinformação, a qual se mostrou capaz de mover a opinião pública no âmbito das escolhas políticas. Assim, as *fake news*, na conjuntura da pós-verdade, problematizam o uso ético das tecnologias, o sentido de democracia e da cidadania, e também apontam alguns problemas associados às técnicas utilizadas de persuasão digital e às ferramentas de amplificação digital (como *bots* e disparos massivos, por exemplo). Na dramaticidade dos acontecimentos recentes da política brasileira ficou evidente que tão relevante quanto a capacidade para aceder, ler, significar e produzir informações continua a ser o aprender a ler e significar o mundo, no caso, o mundo interligado da sociedade em redes.