
Representação midiática, conquista da liberdade de expressão e a influência do jornalismo no debate da esfera pública: a denúncia do Ministério Público contra a Jovem Pan?¹

Raphael Leal de Oliveira SANCHES²
Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo, SP

RESUMO

Esta pesquisa apresenta o retrospecto teórico da imprensa que surgiu de forma artesanal e transformou a esfera pública europeia no século XVIII, continuando a modificar e influenciar a sociedade nos tempos atuais. Através do levantamento bibliográfico, diversos autores e suas teorias são apresentadas, como: Habermas, Lippmann, Maxwel McCombs e Hall, interligando a representação como linguagem repleta de signos, cultura e significado e atuando na modernidade midiática. O objeto desta pesquisa é a denúncia do Ministério Público Federal contra a Jovem Pan, no desejo de contribuir para a reflexão sobre os efeitos negativos desta representação e significados na comunicação gerando a desinformação. A comunicação e dentro dela o jornalismo é um dos agentes que trabalha constantemente, exercendo amplo poder de influência e manipulação social.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação e jornalismo; representação midiática; liberdade de expressão e democracia; influência e manipulação social.

INTRODUÇÃO

Abordar o efeito da comunicação na esfera pública estimula, neste estudo, o desejo de recordar a ampla pesquisa de Jürgen Habermas que ano passado completou 60 anos. Os efeitos da comunicação, sua reorganização, a conquista da liberdade de expressão e as consequências na esfera pública é um dos recortes feitos neste estudo da ampla pesquisa de Habermas.

De antemão é nítido perceber que os efeitos da organização e desenvolvimento da comunicação geram uma verdadeira metamorfose social desde a Inglaterra, França e Alemanha, conforme aprofundado por Habermas. Na pesquisa do autor alemão, a comunicação se apresenta como um grande poder com consequências positivas ou negativas na sociedade. Outros autores agregam neste estudo que é um pequeno recorte

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação, Mídia e Liberdade de Expressão, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação Social pela UESP- UNIVERSIDADE METODISTA DE SÃO PAULO, desenvolve pesquisa com apoio da bolsa CAPES, integrante do Grupo de pesquisa: CHECAR – Checagem, Educação, Comunicação, Algoritmos e Regulação. E-mail: raphallealoliveira@yahoo.com.br. Orientador do trabalho: Dr. Ivan Paganotti - Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. - Líder do Grupo de pesquisa: CHECAR – Checagem, Educação, Comunicação, Algoritmos e Regulação, e-mail: ivan.paganotti@metodista.br.

da minha tese de doutorado, ajudando a perceber que a esfera social de Habermas é também sinônimo da representação de Stuart Hall, ressaltada por Murilo César Soares como representação midiática, e que juntos à Walter Lippmann, Jean Baudrillard, apresentam relações nos conceitos sobre a opinião pública e a fantasia como alegoria para a construção dos fatos.

Apesar da desinformação igualmente não ter filiação e nem data certa de nascimento, pretende-se apresentar neste estudo que o antagonismo da informação já se manifesta de longa data: no século XVIII, Habermas apresenta o espermatozoide que vai gerar, em unidade ao óvulo da busca pelo poder, o monstro da manipulação da informação. Sendo assim, caçar a manipulação da informação é uma constante luta dos agentes fiscalizadores: papel realizado ora pela própria imprensa ou pelo judiciário quando acionado. Apesar da assustadora presença da desinformação, não significa que a comunicação é negativa na sua essência.

Na grande árvore da influência da comunicação onde todos estes autores e temas se entrelaçam é possível gerar bons frutos. Realizando o levantamento bibliográfico das teorias citadas acima, o autor deseja apresentar como objetivo nesta pesquisa a influência do jornalismo no debate na esfera pública atual citando como exemplo a ação do Ministério Público Federal de São Paulo (MPF-SP) pedindo o “cancelamento de outorgas de radiodifusão da Jovem Pan por desinformação e incentivo a ações democráticas” (MPF-SP, 2023b).

A metodologia desta pesquisa, além do levantamento bibliográfico de diversas teorias apresentadas: iniciando por Habermas, passando por Walter Lippmann, Maxwell McCombs e Stuart Hall. Expõe a representação como linguagem repleta de signos, cultura e significado atuando na modernidade midiática podendo ser utilizado, também, para a manipulação da informação. A liberdade de expressão e a democracia são refletidos neste estudo, a partir do caso MPF-SP contra a Jovem Pan, refletindo a repercussão da ação pelas outras mídias, a divulgação da informação pela assessoria de imprensa do órgão e a resposta da emissora acusada.

O DIREITO À COMUNICAÇÃO NA ESFERA PÚBLICA

Abordar a comunicação na esfera pública numa pesquisa acadêmica, remete recordar o berço do surgimento desta expressão em dois lugares geográficos diferentes, mas com características capitalistas burguesas semelhantes: Estados Unidos e a Europa Ocidental. “Sua definição como direito civil ocorreu com a Declaração dos Direitos do

homem e do Cidadão, elaborada pela Assembleia Nacional Francesa em 1789, e com a Primeira Emenda da Constituição dos Estados Unidos da América (EUA), ratificada em 1791” (STEVANIM; MURTINHO, p.39, 2021). Esta liberdade de expressão que torna-se no século XVIII, suposto direito, acaba iludindo o ser humano ao perceber que não é uma liberdade tão livre assim.

Desde o século XVIII, portanto, a liberdade de expressão passou a ser entendida como um direito do homem, mas não de todos os homens (e mulheres), pois havia implícito nele um forte componente classista. A emergência dos movimentos socialistas e a articulação da classe operária, sobretudo a partir da segunda metade do século XIX, deram nova dimensão à expressão de opiniões e ideias, em um esforço que buscava ampliar a participação democrática e incitar a transformação social (STEVANIM; MURTINHO, 2021, p.41).

A busca, portanto, desta amplitude na comunicação e participação democrática, acabou trazendo também mudanças na sociedade europeia que reorganizou a sua esfera pública através da influência intelectual burguesa. A grande mudança na comunicação do século XVIII aconteceu com o amadurecimento e desenvolvimento do capitalismo, transformando o jornalismo, até então literário, redigido por pessoas privadas, para um jornalismo público de mídias com grande destaque político. Sendo assim, a consciência política avança na Europa tendo a França como grande referência fortalecendo a livre comunicação e expressão social com direito a liberdade de reuniões públicas. Segundo Habermas (2014), a França leva um duro golpe na recém-nascida liberdade da comunicação com a aurora de Napoleão que suprime esta liberdade de imprensa que só volta a se reerguer praticamente trinta anos depois após a Revolução Francesa em 1830. Sendo assim, o jornalismo e a informação acabam se tornando uma imprensa comercial que tem como postura principal interesses meramente comerciais (Habermas, 2014).

O autor alemão demonstra que a imprensa está extremamente unida a construção da esfera pública, recordando que, inicialmente, foi organizada por pequenas empresas artesanais com interesses meramente comerciais. Posteriormente, transforma-se em imprensa de opinião com presença forte do jornalismo literário, seguindo para uma comunicação mais comercial, assumindo a característica de uma indústria de economia privada com objetivo de gerar lucro. Com isso a publicidade invade a esfera pública que modifica sua característica política, possibilitando forças da sociedade manipularem a grande massa, desprovida do senso crítico. Para que esta manipulação não aconteça livremente, a formação de uma legítima opinião pública, precisa estar ligada a liberdade

de expressão – direito a ser garantido pelo poder público. Havendo a liberdade de expressão, a opinião pública transcorre livremente legitimando o poder político, desde que ocorra, assegurada pelo processo crítico da comunicação (HABERMAS, 2014).

Stevanim e Murtinho (2021) demonstram a mesma opinião de Habermas (2014) quando afirmam que “a consolidação da democracia moderna e das liberdades civis está relacionada ao surgimento do modelo liberal de imprensa que se considera portadora da verdade e com a função de fiscalização sobre os governos” (STEVANIM; MURTINHO, 2021, p.41).

Habermas (2014) ressalta ainda que a modernização dos meios de comunicação, concretiza o grande poder da mídia e a sua capacidade de influenciar a grande massa, modificando, ainda mais a esfera pública.

Exemplos de manipulação da liberdade, expansão do autoritarismo e das experiências “nazifascistas”, segundo Stevanim e Murtinho (2021), antecederam a Segunda Guerra Mundial. “Foi após este conflito, na tentativa de reconstruir parâmetros internacionais em um mundo assolado pela guerra, que a Assembleia das Nações Unidas consagrou a liberdade de opinião e expressão como um direito humano fundamental” (STEVANIM; MURTINHO, 2021, p.41).

DA COMUNICAÇÃO QUE MODIFICOU A ESFERA PÚBLICA À REPRESENTAÇÃO MUDIÁTICA

Saindo um pouco dos estudos de Habermas que introduzem o efeito da comunicação numa sociedade europeia ainda feudal, mergulhando na organização e modernidade da comunicação e com isso o rompimento gradativo do analfabetismo, fortalecimento da retórica num ambiente retratado pelo autor como “esfera”, chegamos ao efeito da representação na comunicação - consequência do estudo de Habermas. Neste caminho se faz necessário a companhia de Stuart Hall, Jean Baudrillard e Murilo César Soares.

Em sua obra de livre docência intitulada: “Representações, jornalismo e a esfera pública democrática”, Murilo César Soares apresenta o significado da representação utilizando a filosofia medieval significando como uma mistura de imagem e ideia. Segundo o autor, a partir do século XIX os estudos se debruçam sobre as “análises do problema das representações enfocando não os processos de formação dos conceitos no interior da mente e suas relações semânticas com os objetos representados, mas o papel

das estruturas sociais (esfera social na ótica de Habermas) e conjunturas históricas na constituição das representações” (SOARES, 2009, p.15).

Comparando a definição de esfera (Habermas, 2014) com a de representação (Soares, 2009), é possível perceber que ocorre uma relação semântica nestas duas teorias. Vale ressaltar que diversos autores abordam a reflexão sobre representações como Kant, Marx, Engels, Moscovici, entre outros. Neste estudo me detenho na reflexão superficial sobre representações abordando os conceitos de Hall, Soares com a participação de Baudrillard.

Já Stuart Hall em sua famosa obra conhecida como “Cultura e Representação”, relaciona a representação com um significado semiótico, interligando a representação com a cultura no contexto de significados compartilhados e a linguagem no sentido de um processo de significação. O autor jamaicano resalta a característica da linguagem como algo social, público e não privado. Realidade semelhante testemunhada por Habermas (2014) que presenciou a metamorfose da esfera privada se tornando cada vez mais pública e como fruto desta transformação, a conquista da democracia e da liberdade de expressão social na reflexão política.

Com a chegada do século XX e com ele os avanços tecnológicos, o desenvolvimento da comunicação transformando-se nos modelos dos meios audiovisuais, a representação midiática ganha um papel particular: o recurso das imagens levando ao público a sensação de veracidade, “realismo, drama e intensidade afetiva às representações mediáticas (...). Os meios de comunicação modernos são a concretização tecnológica máxima da ‘representação’ naquele sentido de uma rerepresentação, a partir da semelhança, da figurativividade da imagem, da simulação.” (SOARES, 2009, p.18-19). O autor ainda resalta que as características desta representatividade foram fortalecidas pelo cinema, televisão, principalmente, com o adicional das transmissões ao vivo, as cores, o movimento em unidade aos sons.

Junto a este desenvolvimento, surgem as críticas de um progresso da ilusão dos sentidos e das experiências caracterizadas como artificiais (ver não é a mesma coisa que estar presente naquele lugar). Por mais riquezas de detalhes, a realidade, ainda, não poderia ser aquela apresentada por determinado meio de comunicação. Segundo Soares (2009), a publicidade entra neste meio audiovisual com o aumento da influência pelas imagens representando pessoas, lugares, realidades, fortalecendo a construção de estereótipos.

Habermas (2014) reflete a comunicação das informações como algo que sempre marca época e transforma a sociedade. Grandes acontecimentos, refletem importantes comunicações e importantes comunicações podem gerar grandes acontecimentos. As mudanças sociais apresentadas pelo autor com o auxílio da transmissão televisiva, comprovam a veracidade de que a imagem somada ao som, aumenta no público a confiança de que aquela informação é, de fato, verdadeira. Consequência da evolução midiática que leva os fatos ao público de uma forma mais visível e instantânea. Apesar de toda esta rapidez e propagação de conteúdos para a devida aplicação e aceitação do que está sendo informado é necessário que o público confie na fonte da informação (OMS, 2018).

A confiança é nutrida pela influência e o significado da representação abordados por Hall (2016) ao responder as suas próprias perguntas: como a linguagem ajuda a construir significados? E se favorece a comunicação entre os participantes, possibilitando a leitura do mundo de forma semelhante? O autor responde: “A linguagem é capaz de fazer isso porque ela opera como um sistema representacional. Na linguagem, fazemos uso de signos e símbolos – sejam eles sonoros, escritos, imagens eletrônicas, notas musicais e até objetos – para significar ou representar para outros indivíduos nossos conceitos, ideias e sentimentos” (HALL, 2016, p.18). O autor faz questão de ressaltar que a linguagem da representação, adotando até mesmo a forma midiática, é essencial para a produção de significados.

Hall continua o seu conceito aprofundando a explicação de confiança *versus* linguagem. O conceito do autor, serve para, também, refletir o sentido inverso da afirmação: gerando a falta de confiança na linguagem. Sendo assim, classifica o conceito de representação da seguinte forma: reflexiva, intencional e construtivista. A partir de cada conceito, aprofunda-se o questionamento sobre o sentido do “verdadeiro” na comunicação.

Tabela-1: Teoria da representação segundo Stuart Hall

Abordagem reflexiva: reflete ou imita a verdade no ocorrido funcionando como se fosse um espelho do fato. Assume o conceito grego de *mimesis* (conhecido como mimética) para explicar como a linguagem e a arte se espelhavam ou imitavam a natureza.

Abordagem intencional: a arte do convencimento é bem utilizada nesta linguagem na construção comunicativa de fatos, ações, lugares, ou seja, realidades especiais ou inéditas para o autor.

Abordagem construtivista: é a construção de sentidos na comunicação utilizando os conceitos de signos e representação, podendo se utilizar do imaginário nesta construção.

Fonte: HALL, 2016. p. 47-48

Sobre a abordagem construtivista de Hall, Soares (2009) alerta a respeito da liberdade criativa (imaginário) dos autores da comunicação que podem se utilizar do imaginário na construção de realidades tácitas gerando confusão social: naturalizando, idealizando ou demonizando determinadas realidades. Para exemplificar, um bom exemplo é a abordagem da composição de imagens, recurso muito utilizado na comunicação audiovisual em qualquer formato. Segundo Hall (2016), as imagens não carregam significado por conta própria. O significado destas imagens, podem ser ampliados ou excluídos na medida que se unem a uma diversidade de textos e mídias. Isso ocorre porque cada imagem tem um significado próprio. E aí, entra a importância dos recursos textuais ou outras mídias, seja para contextualizar determinado fato ou narrar o acontecimento.

Diante deste contexto midiático de representação, Soares (2009) faz uma comparação entre a publicidade e o jornalismo na construção de realidades. Segundo o brasileiro é mais fácil para a publicidade construir narrativas para a comercialização de produtos arquitetando uma realidade cercada de pessoas felizes somando a imagens ligadas a beleza e juventude perpétuas do que aceitar este tipo de representação na reportagem jornalística “devido à suposição de um compromisso ético e profissional desse gênero em estabelecer uma relação referencial com a realidade. No entanto, o jornalismo é necessariamente um relato particular dos acontecimentos, ou seja, uma narrativa construída sobre o aspecto do mundo selecionado” (SOARES, 2009, p. 21). Sendo assim, o autor afirma que as representações que utilizam recursos visuais exercem autonomia e até mesmo domínio sobre as outras representações devido a propagação de imagens selecionadas de acontecimentos. Comparando com a esfera pública de Habermas, Soares (2009) ressalta que a tela da modernidade audiovisual do presente ocupa o espaço da esfera pública de ontem. O verdadeiro passar a ser o que é transmitido por esta tela.

Baudrillard (1991) ajuda a compreender este efeito da influência da imagem fortalecendo a relevância da representação midiática na atualidade. Dentro disso, o autor apresenta os conceitos de simulacro, hiper-realidade, abordando também o efeito do “niilismo comunicacional”.

Sobre o simulacro, Baudrillard explica o conceito realizando a comparação entre a dissimulação e a simulação. “Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência” (BAUDRILLARD, 1991, p. 9). Baudrillard afirma que da mesma forma que a referência apresenta a simulação como algo falso, a simulação é a negação da referência, ou seja, a apresentação de uma referência fantasiosa. O simulacro é, portanto, a representação simulada do fato se comportando da seguinte forma:

Tabela-2: Simulacro e seu comportamento sucessivo na imagem

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">➔ Reflexo de uma realidade profunda;➔ Mascara e deforma a realidade profunda;➔ Mascara a ausência da realidade profunda;➔ Não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro. |
|--|

Fonte: BAUDRILLARD, 1991. p. 13

Sobre a hiper-realidade o autor é bem direto na sua definição, caracterizando-a não como uma representação falsa do real, é a abstenção que o real não é real. Esta definição é um perfeito itinerário para a geração da desinformação que não se trata do objeto deste estudo, mas que está contida na tese em construção pelo autor. Para os detentores do poder, a utilização do simulacro e da hiper-realidade são artifícios bem utilizados para ludibriar socialmente a informação. Para Soares o simulacro “destaca a natureza das formas mediáticas, totalmente dependentes dos dispositivos tecnológicos que as produzem” (SOARES, 2009 p. 26). Ou seja, com a modernidade e o progresso comunicacional, construir simulacros, forjar realidades, construir fantasias, se tornou mais fácil. Confundir se torna o objetivo destas ações. Dentro disso, se insere o significado do “nihilismo comunicacional” (sentido ligado ao filósofo alemão Nietzsche) que nada mais é do que o rompimento com a verdade e a adoção do relativismo na comunicação.

Baudrillard ressalta que estes conceitos, apresentados por ele, são consequências da revolução da modernidade que é a “destruição radical das aparências, o desencantamento do mundo e o seu abandono à violência da interpretação da história. (...) a pós-modernidade (segunda revolução) é o imenso processo de destruição do sentido, igual a destruição anterior das aparências. O que pelo sentido morre pelo sentido mata” (BAUDRILLARD, 1991, p. 197).

A INFLUÊNCIA DO JORNALISMO NO DEBATE DA ESFERA PÚBLICA: O PODER DA INFORMAÇÃO

A democracia e a liberdade de expressão, conforme abordado sucintamente neste estudo, foram relatadas por Habermas (2014) como grandes conquistas da esfera pública no século XVIII na Europa. A Unesco – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (Stevanim; Murtinho, 2011) em inúmeros momentos se posicionou à favor da liberdade de expressão como uma grande conquista e direito social. Albuquerque (2000) retoma o significado da democracia para abordar a relação do jornalismo e da imprensa como quarto poder no Brasil. Neste estudo, Afonso de Albuquerque, realiza uma comparação entre a imprensa brasileira e a americana e as suas funções como quarto poder na relação política. Aqui, porém, fixarei a reflexão do autor sobre a realidade e comportamento da imprensa brasileira como objeto deste estudo.

Apesar de Soares (2009) mencionar que na reportagem seria difícil admitir uma representação construída devido ao compromisso ético e profissional do gênero, Lima (2011) relata que o início das concessões das licenças para os meios de comunicação aqui no Brasil (TV e rádio) foram bem conturbadas, envolvendo interesses políticos familiares formando verdadeiras oligarquias em diversas regiões do país devido a ciência da influência que estes meios exercem na sociedade. Conforme citado por Habermas (2014) e Soares (2009), a televisão assume o papel influenciador na esfera pública brasileira. Um grande poder influenciador da massa.

Sobre a necessidade social de consumir informação, Kovach e Rosenstiel (2003) ressaltam que a informação é um instinto básico social. Fora a necessidade de se manter atualizado como *status* e relevância social, os autores ressaltam que o ser humano deseja, a partir da informação, organizar a sua vida, traçar planejamento. A informação contribui para a organização social, fortalecendo as relações. Ou seja, uma mão lava a outra. Tanto o ser humano tem necessidade de se comunicar e de consumir informação como os meios de comunicação de massa tem necessidade econômica de produzir informação. Neste contexto, Bourdieu (1997) afirma que as emissoras comerciais tem seu compromisso financeiro, fonte de receita, com os patrocinadores comerciais ou até mesmo políticos.

Apesar desta relação de “troca informacional” entre remetente e destinatário, segundo Kovach e Rosenstiel (2003), diversos estudiosos defendem o ponto de que quanto maior a disponibilidade de informação numa sociedade, maior é a sua democracia. Apesar desta relação de “mais informação” = “maior democracia”, Serrano (2013)

demonstra que a mídia não tem nenhum poder democrático porque ninguém vota nele, nenhum cidadão o elege, portanto age de forma impune.

Realidade também abordada por Comparato (2010) que ressalta que apesar da Constituição resguardar o Estado Democrático de Direito, nos bastidores, não é assim que acontece. A realidade é bem outra. Não há um contra poder que impeça a mídia de manipular suas informações, conforme os interesses econômicos de seus patrocinadores. Serrano (2013) apresenta a realidade de que os grupos de comunicação não estão preocupados com a verdade e com a democracia da mesma forma que os seus patrocinadores também não estão. Os grupos de comunicação ficarão ao lado das grandes empresas ou governos políticos que injetam, constantemente, dinheiro através da publicidade para, assim, manter seu arsenal comunicativo e sua audiência.

É este jogo de poder que na época da Revolução Francesa foi classificado como “quarto poder” destinado aos meios de comunicação. Serrano (2013) afirma em seu estudo que esta classificação faria da mídia um poder cidadão que vigiaria os outros três poderes: legislativo, executivo e judiciário. Aqui no Brasil, o papel da imprensa como quarto poder assume uma característica de ação moderadora se, comparada, a ação da imprensa americana: papel mais atuante no equilíbrio e funcionamento dos três poderes. No Brasil, “... a imprensa reivindica hoje exercer o papel de árbitro das disputas entre os poderes constituídos, decidindo sempre em favor do ‘bem comum’” (ALBUQUERQUE, 2000, p. 49-50). Ou seja, a imprensa age conforme seus próprios interesses econômicos. Segundo Serrano (2013), a mídia não possui um contrapoder institucionalizado. Se na política existe a oposição, os meios de comunicação não possuem isso. O autor ainda ressalta que as pessoas que gerenciam os meios de comunicação, geralmente, não são jornalistas ou profissionais da área, mas sim, empresários que dependem dos grandes anunciantes para a obtenção de lucros. Portanto, a imprensa não se comporta como quarto poder. É o dinheiro que movimenta e abastece seus objetivos: o poder da comunicação.

Aqui se recorda a Teoria do agendamento de Maxwell McCombs – quem agenda os meios? Ou seja, o poder da mídia em determinar os assuntos que serão debatidos na esfera pública pelos meios de comunicação. Nesta teoria o autor conclui que os assuntos debatidos pela opinião pública eram os mesmos transmitidos pela mídia. O que o público assistia orientava a conversa do dia seguinte no meio social. Sendo assim, o poder da comunicação estava estabelecido e comprovado com o estudo americano.

Walter Lippmann em sua famosa obra *Opinião Pública*, assim como Habermas (2014), já havia apresentado estes primeiros sinais do poder do agendamento da mídia na sociedade: “Todo jornal quando alcança o leitor é o resultado de uma série completa de seleções sobre que itens e em que posição devem ser publicados, quanto espaço cada estória deve ocupar, que ênfase deve ter. Não há padrões objetivos aqui. Existem convenções” (LIPPMANN, 2010, p.301).

Hall (2016) afirma que o poder inclui a ação de domínio e a de dominado. Sendo assim, a ligação de influenciador e influenciado se torna um círculo viciante e imortal que somente muda os agentes e participantes conforme surgem novos meios de comunicação de massa. O autor ainda afirma que o poder se faz presente em todos os contextos sociais, seja na família ou nas diversas esferas envolvendo a política, economia e as leis. Em paralelo a isso, Hall ressalta que o poder não possui somente o sentido negativo. O lado positivo do poder se estabelece quando ocorre o olhar de produção. É através do poder que surgem novos pensamentos, manifestações, estudos, leis, novas formas de controle e resistência, num verdadeiro jogo de ambivalência abordado por Bauman em seu estudo sobre a modernidade.

Apesar deste ciclo de poder presente em todas as instâncias sociais, a democracia continua sendo esta pedra de toque para a maioria das nações mundiais, apesar da instabilidade social. “(...) democracia é uma conquista instável (e, portanto, a crise é constante)” (ALBUQUERQUE, 2000, p.26). Por isso mesmo que para Bucci (2019), a democracia tem um papel político muito importante que é a divulgação da informação. Sem esta divulgação da informação, o autor ressalta que a democracia não poderia existir. Daí, entra a importância de sanar a desinformação que como praga, inverte o valor da comunicação.

DEMOCRACIA? LIBERDADE DE EXPRESSÃO? A AÇÃO DO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL CONTRA A JOVEM PAN NO INTUITO DE ENFRAQUECER A DESINFORMAÇÃO

Este estudo, pretendeu recordar alguns autores e suas teorias para fortalecer a reflexão do papel dos meios de comunicação na sociedade e também conquistas sociais importantes como a democracia e a liberdade de expressão. Constantemente, ocorrem fatos que levam o indivíduo a refletir se, de fato, o que acontece é verdade ou mentira. A ação recente do Ministério Público Federal contra a Jovem Pan é um bom exemplo neste estudo para, justamente, ilustrar os dois lados da moeda.

A ação da MPF-SP (2023a) é justamente aberta em sua redação com uma frase de impacto encurtada da filósofa política Hannah Arendt do livro entre o Passado e o Futuro. Em sua essência o texto está escrito da seguinte forma: “Em outras palavras, o resultado de uma substituição coerente e total da verdade dos fatos por mentiras não é passarem estas a ser aceitas como verdade, e a verdade ser difamada como mentira, porém um processo de destruição do sentido mediante o qual nos orientamos no mundo real” (ARENDR, 2016, p.187).

Utilizando deste impactante discurso na ação do dia 26 de junho de 2023 com 215 páginas, solicita o cancelamento das três outorgas de radiodifusão concedidas à Jovem Pan. “A requisição se deve ao alinhamento da emissora à campanha de desinformação que se instalou no país ao longo de 2022 até o início deste ano, com veiculação sistemática, em sua programação, de conteúdos que atentaram contra o regime democrático” (MPF-SP, 2023b). Fora isso, solicita a proibição de contratos publicitários com o poder público, o pagamento de R\$ 13,4 milhões como indenização por danos morais coletivos - este valor corresponde a 10% dos ativos da emissora apresentados em seu último balanço e a obrigação de que a emissora veicule campanhas de dois a três minutos de duração. “Ao menos 15 vezes por dia entre as 6h e as 21h durante quatro meses” incluindo “mensagens com informações oficiais sobre a confiabilidade do processo eleitoral” incluindo informações divulgadas pela justiça eleitoral (MPF-SP, 2023b).

A repercussão pelos outros meios de comunicação, possibilitou posicionamentos contra e a favor da ação. A ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, demonstrou o seu posicionamento no dia seguinte (27/06/2023), ressaltando que a ação do MPF-SP é “extrema, grave e sem precedentes (...). A liberdade de programação das emissoras é fundamental para o livre exercício do jornalismo e para a existência do pluralismo de opinião, que devem ser sempre preservados” (PODER 360, 2023). Por meio de nota, a Jovem Pan se posicionou três dias depois (29/08/2023), ressaltando que a liberdade de imprensa está resguardada pela Constituição “não importa se de esquerda, direita, centro ou apolítico, defender o fechamento de um veículo de imprensa é um atentado contra a democracia” (JOVEM PAN, 2023).

O posicionamento da ABERT repercutiu no ambiente político no ano de 2021, fazendo com que, na época, o presidente da CPI da COVID-19, Renan Calheiros (MDB-AL), desistisse de pedir a quebra de sigilo bancário da rádio Jovem Pan, dizendo que “foi

um equívoco que aconteceu na nossa ausência de Brasília durante o recesso compulsório” (ABERT, 2021).

Independente de qualquer posicionamento, a medida do MPF-SP é bem categórica e inédita no Brasil com estas possibilidades de penalidades as emissoras instaladas em território nacional. Por outro lado, repercutir midiaticamente ações como esta, onde uma emissora pode ter sérios prejuízos econômicos, caso a ação siga adiante nos processos judiciais, evita que outras emissoras realizem o mesmo procedimento. Para o público, casos assim, repercutem e podem até ampliar a audiência daquele meio de comunicação. “Os órgãos que são silenciados por processos judiciais tentam construir o valor de sua imagem ante os olhos do público justamente por poderem evidenciar essa interdição, simulando assim revelar sua independência e credibilidade” (PAGANOTTI, 2015, p. 53). Segundo o autor, para estes órgãos, vale a pena repercutir ao máximo penalidades jurídicas, caracterizando-as como censura ou proibição da liberdade de expressão – palavras fortes que chamam a atenção do público que pode se manifestar em defesa deste mesmo órgão.

Albuquerque (2000) reflete que o poder da informação é um poder concentrado nas mãos de poucos, distribuído de forma desigual. Daí a importância das teorias apresentadas com o objetivo de refletir o papel do jornalismo e da opinião pública na atualidade. As responsabilidades sociais do jornalismo são a “Credibilidade, independência, foco no cidadão e compromisso em expandir progressivamente o universo daqueles que têm acesso à informação” (BUCCI, 2009, p. 131).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa aqui apresentada retoma o grande poder dos meios de comunicação na sociedade e o seu papel como fonte de informação, ao mesmo tempo, ressalta a função da sociedade sobre meios de comunicação como uma opinião pública ativa e não passiva que não pode esperar somente da mídia o fornecimento do conhecimento.

O acompanhamento jurídico pode favorecer na diminuição da desinformação. A denúncia do Ministério Público Federal contra a Jovem Pan, liga um grande alerta aos meios de comunicação em geral sobre a fundamentação das notícias e a veracidade na construção da informação. A influência que este veículo de comunicação tem sobre o público de direita no Brasil, pode gerar grandes impactos sociais. Portanto, independente do resultado jurídico desta ação: se absolvida, condenada integralmente ou parcialmente,

a reflexão sobre o papel da comunicação, sua representatividade e influência de faz necessário para construção e atualização do jornalismo na descrição dos fatos. Por outro lado, uma ação desmedida, com alta força sobre um meio de comunicação, na ausência de sua argumentação, pode gerar desconfiança social, fortalecimento público da própria emissora em questão e ampliar o questionamento sobre o estado democrático de direito gerando desajuste social e constante questionamentos por parte da opinião pública presente.

Portanto, o simulacro e a hiper-realidade alcançam seus objetivos quando o ser humano assume uma atitude inativa em relação a informação despejada pelos meios de comunicação de massa. É por este caminho que a desinformação trilha, criando suas raízes nos receptores da informação que somente se abastecem da pós-verdade que anestesia a realidade, mantendo o indivíduo fora do que é, de fato, real.

Diante de tantos jogos de poder, feliz é aquele que não se deixa ludibriar e sabe selecionar suas fontes de informação e se mantém lúcido diante de tantos conteúdos que nos invadem constantemente.

REFERÊNCIAS

ABERT. CPI desiste de quebrar sigilo bancário da Jovem Pan. **ABERT**, 03 ago. 2021. Disponível em:

<https://abert.org.br/web/notartigos/tag/Jovem%20Pan.html#:~:text=Em%20nota%2C%20a%20ABERT%20afirmou,informar%20a%20popula%C3%A7%C3%A3o%20sobre%20fatos>. Acesso em 13 ago. 2023.

ALBUQUERQUE, Afonso de. Um outro “Quarto Poder”: imprensa e compromisso político no Brasil. **Contracampo**, 4, p. 23-57, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i04.414> . Acesso em: 06 jun. 2023.

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2016.

BUCCI. Eugênio. **A imprensa e o dever da liberdade**: a independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs. São Paulo: Contexto, 2009.

BUCCI. Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão seguido de: A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

COMPARATO. Fábio Konder. Prefácio. *In*: LIMA, Venício Artur de. Liberdade de expressão X Liberdade de imprensa. São Paulo: Editora Publisher, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio d’Água, 1991.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

HALL, Stuart. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Apururi, 2016.

JOVEM PAN. Editorial: Atentado contra a democracia. *Jovem Pan*, 29 jun. 2023. Disponível em: <https://jovempan.com.br/noticias/brasil/editorial-atentado-contra-a-democracia.html>. Acesso em: 14 ago. 2023.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do Jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo. Geração Editorial, 2003.

JOVEM PAN. Editorial: Atentado contra a democracia. *Jovem Pan*, 29 jun. 2023. Disponível em: <https://jovempan.com.br/noticias/brasil/editorial-atentado-contra-a-democracia.html>. Acesso em: 13 ago. 2023.

LIPPMANN, Walter. *Opinião Pública*. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

LIMA, Venício Artur de. **Regulação das Comunicações: história, poder e direitos**. São Paulo: Editora Paulus, 2011.

MPF-SP. Recomendação – Ação Civil Pública no 5019210-57.2023.4.03.6100. **Ministério Público Federal – São Paulo**, 26 jun. 2023a. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/sp/sala-de-imprensa/docs/recomendacao-cgu-jovem-pan>. Acesso em: 13 ago. 2023.

MPF-SP. MPF pede cancelamento de outorgas de radiodifusão da Jovem Pan por desinformação e incentivo a ações antidemocráticas. **Ministério Público Federal – São Paulo**, 27 jun. 2023b. Disponível em: <https://www.mpf.mp.br/sp/sala-de-imprensa/noticias-sp/mpf-pede-cancelamento-de-outorgas-de-radiodifusao-da-jovem-pan-por-desinformacao-e-incentivo-a-acoes-antidemocraticas>. Acesso em: 13 ago. 2023.

OMS. Comunicação de riscos em emergências de saúde pública: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência. Genebra: **Organização Mundial da Saúde**, 2018. Disponível em: <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259807/9789248550201-por.pdf?ua=1> Acesso em 30 jun. 2023.

PAGANOTTI, Ivan. Proibição promocional: censura como marca de distinção no jornalismo. **Unesp**. São Paulo, p. 49-64, n.3, jan. 2015. Disponível em: <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/59>. Acesso em 13 ago. 2023.

PODER 360. Cassar concessão da “Jovem Pan” é medida “extrema”, diz Abert. **Poder360**, 27 jun. 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/cassar-concessao-da-jovem-pan-e-medida-extrema-diz-abert/>. Acesso em: 13 ago. 2023

SERRANO, Pascual. Democracia e liberdade de imprensa. *In*: MORAES, Dênis de. RAMONET, Ignacio. SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

SOARES, Murilo César. **Representações, jornalismo e a esfera pública democrática**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

STEVANIM, Luiz Felipe; MURTINHO, Rodrigo. **Direito à Comunicação e Saúde**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2021.