
Manipulações midiáticas em controvérsia: as ideias de Noam Chomsky e as intersecções com o Pensamento Comunicacional de Perseu Abramo¹

Boanerges LOPES FILHO²
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO

A proposta deste texto é desenvolver um ensaio teórico que parte de uma contribuição destacada do linguista e escritor Noam Chomsky e as influências proporcionadas por suas ideias em autores e pesquisadores relacionados ao pensamento latino-americano, especialmente o jornalista e professor Perseu Abramo. Com isso, pretende-se no diálogo entre os autores, impulsionar reflexões imprescindíveis para a cidadania que permanecem latentes na atualidade com destaque para os denominados filtros e padrões de manipulação observados em muitos meios de comunicação corporativos na atualidade.

PALAVRAS-CHAVE: Imprensa; Ideias; Chomsky; Abramo; Intersecções.

INTRODUÇÃO

Exemplos amparados em dados evidenciam a importância e urgência em se tratar do tema. O Inventário Global de Manipulação Organizada da Mídia Social 2020³, de autoria de Philip Howard, Hanna Bailey e Samantha Bradshaw, revela as maneiras como agências governamentais e partidos políticos têm usado de forma crescente as mídias sociais para espalhar desinformação política, poluir o ecossistema de informação digital e suprimir a liberdade de expressão e de imprensa. O estudo descreve as ferramentas, capacidades, estratégias e recursos usados em 2020 para manipular politicamente a opinião pública. E identifica as tendências recentes da propaganda computacional em 81 países. Mas a manipulação se estende a chamada grande imprensa. No início deste ano, uma das estrelas da TV francesa, o jornalista Rachid M'Barki, que apresentava o *Le Journal de la Nuit*, na BFM TV (emissora entre as mais populares da França), foi

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-americano do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Professor Titular pela UFJF, Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ, Mestre em Comunicação pela Umesp, Diretor da Abej e Conselheiro da ABI. email: bblopes@ufjf.br

³ GURGEL, Luciana. **Pesquisa de Oxford mostra uso de mídias sociais para manipulação política**. Portal *MediaTalks*. Disponível em: <https://mediatalks.uol.com.br/2021/01/20/pesquisa-de-oxford-mostra-uso-de-midias-sociais-para-manipulacao-politica/>

suspenso ao ter seu nome envolvido em um esquema de manipulação da imprensa revelado durante investigação jornalística transnacional envolvendo profissionais de mais de 30 veículos de comunicação⁴.

Não à toa a frase provocadora do linguista e ativista americano pode ser considerada premonitória: “A imprensa pode causar mais danos que a bomba atômica”. Auxiliou a impulsionar ideias que se propagaram pelas décadas seguintes. Refletindo-se, por exemplo, no pensamento do jornalista e professor Perseu Abramo, demonstrado em artigo⁵ publicado na década de 1990 quando se referiu assim à imprensa: “nada têm a esperar, a não ser o silêncio, o ostracismo, a distorção, a manipulação e ataques diretos e indiretos”.

OS FILTROS DE CHOMSKY

Em documentário do qual foi protagonista com mais de 500 horas de filmagens produzido em 1996, e que tratou sobre a mídia, formas de dominação e lacunas da globalização, ciência política e filosofia, denominado *Noam Chomsky And The Media: Manufacturing Consent* (“Consenso fabricado – Chomsky e a mídia”), dirigido por Mark Achbar e Peter Wintonick, é possível observar o aguçado olhar crítico do professor sobre o controle do pensamento em uma sociedade global com ênfase à produção midiática norte-americana. Momentos que Chomsky entende como necessários como pano de fundo de mobilização pois, de acordo com o ativista, “as questões existenciais não podem ser tratadas de maneira eficaz a menos que haja conscientização e compreensão geral acerca de sua urgência”.

Chomsky costuma apontar em artigos e entrevistas posteriores ao filme, a concentração aguda de riqueza em mãos privadas – inclusive dos proprietários dos meios de comunicação - acompanhada de perda do poder da população geral em que as pessoas se sentem menos representadas e levam uma vida com trabalhos precários, como ingredientes que resultam em uma mistura de aborrecimento, medo e escapismo que se espalha pelas camadas populacionais. Com a crescente difusão das chamadas *fake news*,

⁴ Portal MediaTalks. **Âncora francês é suspenso em escândalo de desinformação revelado por consórcio de mídia.** Disponível em: <https://mediatalks.uol.com.br/2023/02/23/jornalista-frances-demitido-em-escandalo-de-manipulacao-da-imprensa/>

⁵ ABRAMO, Perseu. Portal Teoria e Debate. **Informação e poder: Quem não se comunica...** Edição 20: 1/2/1993. Disponível em: <https://teoriaedebate.org.br/1993/02/01/informacao-e-poder-quem-nao-se-comunica/>

o filósofo identifica a popularidade alcançada por elas entre contingentes diversos, inclusive que perpassam faixas etárias. Ao se mesclarem ao exercício dos poderes vigentes – legislativo, judiciário e executivo – impulsionadas por amadores e até alguns profissionais, acabam por facilitar a percepção de que um contingente significativo da sociedade é vitimado pelas políticas prevalecentes. O que faz com que desconfiem do que vem das fontes oficiais e veículos de comunicação tradicionais. E por vezes se sujeitem ao que possam interpretar de maneira mais fácil como favorável aos seus interesses e atitudes. Portanto, alerta Chomsky, as mídias sociais podem e são usadas tanto “para o bem” quanto “para o mal”. O que não é difícil constatar: muitos já não confiam nem nos próprios fatos. Para Chomsky, há quem chame isso de populismo, mas na verdade é descrédito das instituições. E pergunta: “Se ninguém faz nada por mim, por que tenho de acreditar em alguém?”

Ao tratar da possibilidade de manipulação⁶ recorrente pela mídia, Chomsky reconhece que existem tendências conflitantes. Lembra das principais fontes de notícias quando veiculadas pelos grandes canais de TV e jornais matinais, e a forma como a população era exposta a um espectro de informações, atitudes e percepções largamente compartilhado. Hoje, destaca, um dos efeitos do acesso à internet é levar pessoas a “câmaras de eco”, onde a exposição é intensa de informações que reforçam seus próprios pontos de vista. Pelas redes, reitera o pesquisador, a oferta de possibilidades para acessar fontes de informação se amplia, o que de alguma maneira é positivo para aqueles que desejam aprender algo.

Quando se pensa na abordagem sobre a representação como realidade, Chomsky é enfático: com a mídia sob controle absoluto, não é difícil vender uma versão ou até falsificar completamente a história. Cita como exemplo a atitude dos americanos diante da cobertura do Golfo e uma pesquisa realizada pela Universidade de Massachusetts naquela ocasião. Uma das perguntas se destacava: “Entre mortos e feridos, quantas vítimas você calcula que a Guerra do Vietnã causou? A resposta média foi de cerca de cem mil quando na verdade os dados oficiais apontavam para cerca de dois milhões. Para

⁶ Uma possibilidade de entender melhor a respeito do conceito pode ser observado em artigo do jornalista e professor Rogério Christofolletti “Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois”, em que afirma: “a manipulação da informação é um conceito complexo, apesar de ser uma ideia largamente aceita e disseminada. Apesar das armadilhas derivadas dessa aceitação, a ideia de manipulação da informação transita com muita facilidade na sociedade e no senso comum”. Texto completo disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/144229/140804>

o linguista, o número real varia entre três e quatro milhões. Ele acrescenta de maneira a ilustrar: “Se aplica a qualquer situação, ou assunto como América Central, do Sul, ou Oriente Médio”. Ou seja, a imagem do mundo que é apresentada à população, segundo o linguista, é apenas uma pálida relação com a realidade, onde a verdade dos fatos “encontra-se enterrada debaixo de montanhas e montanhas de mentiras”.

Em “A Manipulação do Público”, obra conjunta com Edward S. Herman (professor e analista dos meios), publicada no Brasil em 2003, destaca-se um modelo da propaganda da mídia com estudos de caso detalhados para demonstrar seu funcionamento. O que segundo alguns estudiosos, é uma teoria que explica a existência de um viés sistêmico dos meios de comunicação em termos de causas econômicas e estruturais. Não como fruto de uma eventual conspiração criada por algumas pessoas ou grupos de pessoas contra a sociedade. Mas que pode ser estendido a qualquer nação que partilhe o sistema econômico dos EUA. Os autores afirmam que do viés deriva a existência de cinco filtros em que as notícias precisam ultrapassar antes de serem publicadas. Combinados, distorcem sistematicamente a cobertura dos fatos pelos meios de comunicação e deturpam as notícias para o atendimento de fins essenciais para determinados grupos.

Esses elementos [filtros] interagem e se fortalecem entre si. O material cru das notícias deve passar por filtros sucessivos, deixando apenas o higienizado resíduo pronto para imprimir. Eles fixam as premissas do discurso e da interpretação, definem o que é válido para as notícias em primeiro lugar e explicam a base e as operações para a propaganda funcionar. A dominação da mídia pela elite e a marginalização dos dissidentes que resulta do funcionamento desses filtros ocorrem tão naturalmente que os jornalistas, frequentemente trabalhando com integridade e boas intenções, estão aptos a se convencerem que escolhem e interpretam as notícias “objetivamente” e de acordo com os valores-notícias profissionais (HERMAN & CHOMSKY, 2002)

O primeiro filtro é o da propriedade dos meios de comunicação. A maioria dos principais meios de comunicação pertencem às grandes empresas (as denominadas *corporations*, interessadas em vender produtos); O financiamento apontado por Chomsky e Herman como segundo filtro, está ligado ao fato da mídia obter a maior parte de sua receita não de leitores, mas da publicidade (envolvendo governos e empresas). Com isso, o modelo previsto por eles demonstra que grande parte das publicações reproduzem notícias que refletem os desejos, as expectativas e os valores dessas organizações tendo um suposto fim social a encobri-los; O terceiro filtro se relaciona à dependência dos

veículos de comunicação das instituições governamentais como fontes de informações para a maior parte das iniciativas perante a sociedade; A crítica realizada por grupos de pressão junto às empresas de comunicação quando se distanciam da linha editorial prevista para os projetos associados (ou seja, mais identificada com os interesses próprios e de parceiros do que com os da sociedade) é um outro filtro identificado; E, por fim, as normas que referem-se de maneira muitas vezes a cercear conceitos e práticas previstos para o exercício do jornalismo, bem como alarmismo que evoquem medo ou o “comunismo”.

O modelo de propaganda, como foi desenvolvido por Edward Herman e Noam Chomsky, é um modo de análise da atuação da mídia quando ela está configurada em uma estrutura oligopolista de mercado, caso da brasileira. Constituído por cinco filtros pelos quais as notícias passam antes de serem publicadas, ele tem como foco principal o a demonstração do processo de fabricação do consenso por parte dos meios de comunicação. Este consentimento buscado por ela é o da divulgação e defesa dos interesses e privilégios da elite que detém o poder econômico no país, grupo do qual os donos da mídia fazem parte. Controlada em sua maioria por poucas empresas que operam em um modelo de gestão familiar, a indústria midiática brasileira tem sua livre operação facilitada ao receber extraordinárias receitas advindas da publicidade anualmente e da ineficiente regulação de suas atividades por parte do governo (MIGDALESKI, 2014)

Os filtros definem as premissas do discurso e da interpretação dos leitores, e explicam as bases em que operam muitas das campanhas midiáticas de propaganda travestidas de conteúdo noticioso (HERMAN; CHOMSKY, 2002, p. 2).

OS PADRÕES DE ABRAMO

O texto de apresentação da segunda edição da obra de Perseu Abramo, “Padrões de manipulação na grande imprensa”, relançada em 2016, escrito pela jornalista Patrícia Cornils, também deixa claro como Abramo antecipou o futuro (influenciado pelo pensador norte-americano?), alinhando-se às críticas de Chomsky. Em dezembro de 1995, durante um discurso para estudantes de jornalismo, o professor já alertava sobre o poder político e econômico dos grandes impérios empresariais e multinacionais da comunicação “que se concentra em um número cada vez menor de poucas mãos” (ABRAMO apud CORNILS, 2016, p.9). O próprio Abramo em pleno exercício de pensamento crítico voltado ao desvendamento das artimanhas, dos métodos e recursos do

discurso manipulador questiona em seu livro essa faceta da imprensa como poder político ao se utilizar de padrões de manipulação da realidade:

Estaremos com efeito diante de um novo tipo, definitivo, sem retorno, do fazer jornalístico? De um novo tipo de imprensa, que ganha em eficácia no exercício do poder político, mas perde em credibilidade, em confiabilidade, em dar resposta à necessidade social da busca da informação, do conhecimento da realidade? De um novo tipo de poder? (ABRAMO, 2016)

O jornalista e professor José Arbex Jr, no prefácio da obra (edição de 2003) produzida por Abramo e tendo na coautoria o também jornalista Aloysio Biondi escreve e ratifica o que o professor define como o papel exercido pela denominada “grande mídia”, ou seja, que ela constitui – com todas as suas complexidades, os seus paradoxos e contradições –, uma coluna de sustentação do poder.

Ela é imprescindível, como fonte legitimadora das medidas políticas anunciadas pelos governantes, e das “estratégias de mercado” adotadas pelas grandes corporações e pelo capital financeiro. Constrói consensos, educa percepções, produz “realidades” parciais apresentadas como a totalidade do mundo, mente, distorce os fatos, falsifica, mistifica – atua, enfim, como um “partido” que, proclamando-se porta-voz e espelho dos “interesses gerais” da sociedade civil, defende os interesses específicos de seus proprietários privados. (ARBEX JR, Prefácio, 2003)

Em síntese, enfatiza Arbex Jr, se a “grande mídia” forma uma espécie de Ministério da Verdade orwelliano⁷, encarregado de manipular as informações sobre a realidade, ao produzir amnésia e criar consensos, “nós podemos, em contrapartida, confeccionar uma Grande Enciclopédia das Manipulações, adotando os métodos e as recomendações feitas por Perseu Abramo e Aloysio Biondi”.

Abramo identificou e classificou quatro padrões de manipulação apresentados na obra: ocultação, fragmentação, inversão e indução. Necessários para a compreensão crítica do fazer jornalístico brasileiro. Ao estudá-los, deixa claro que meios de comunicação elaboram e oferecem “informações” a partir de algo que ele definiu como “uma relação indireta da realidade”. Ou seja, a imensa parte da realidade captada pelos indivíduos se dá por meio da imagem artificial e irreal da realidade criada pela imprensa. Com isso, cada leitor tem, para si, uma imagem que na sua quase totalidade não é real: “é diferente e até antagonicamente oposta à realidade”. Assim, o indivíduo move-se num

⁷ Eric Arthur Blair -1903/1950-, mais conhecido pelo pseudônimo de George Orwell. Foi um escritor, jornalista e ensaísta político inglês. Autor de, entre outras obras, 1984.

“mundo que não existe”, e que foi artificialmente criado para ele justamente a fim de que ele se mova nesse mundo irreal. Manipulação das informações se transforma, segundo o autor, em manipulação da realidade (ABRAMO, 2016, p.39). Eis um ponto controverso. Alguns autores, como Christofolletti (2018) por exemplo, apontam uma certa fragilidade em se acreditar que o jornalismo possa ser especular e que as notícias espelhem fielmente a realidade.

Por impossibilidade prática, os relatos que circulam nos meios de comunicação de massa guardam tão somente correspondências com os episódios que se dão na vida cotidiana. Assim, são produtos que representam o real, os fatos, as cenas e as pessoas. Não são eles em si mesmos. A insistência de uma visão especular do jornalismo, quando hoje se considera com grande facilidade que a objetividade total e a isenção completa sejam impossíveis nos relatos jornalísticos, minam parcialmente a ideia de manipulação. Uma segunda fragilidade é a grande dificuldade de identificar e atestar que uma matéria sofreu manipulação, foi fruto de erro ou mal interpretada (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 62)

No entanto, ressalta o autor que apesar dessas fragilidades, não há como negar que informações possam ser distorcidas, que coberturas possam ser viciadas, e que notícias sejam premeditadamente falseadas.

O jornalismo pode não ser capaz de espelhar a realidade, mas tem condições de oferecer relatos cotidianos que guardem grande correspondência com os acontecimentos e seus personagens. Sua técnica e seu modo de produção dispõem de instrumental para isso. Sua deontologia reforça esse caráter (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 63)

Desde os anos 2000, algumas organizações vêm desenvolvendo um processo de monitoramento da produção desinformativa e da circulação das chamadas *fake news*, como por exemplo, a Agência Lupa, fundada em 2015, ligada ao *International Fact-Checking* (IFCN), fundado pelo *Poynter Institute*, uma organização de jornalismo sem fins-lucrativos dos EUA. Ou o serviço de checagem oferecido pelo grupo Globo, Fato ou Fake, que apura notícias que estão sendo muito compartilhadas nas redes sociais. E ainda o Comprova, iniciativa de jornalismo colaborativo para combater a desinformação que reúne jornalistas de diferentes veículos de comunicação, financiada pelo *Google News Initiative* e pelo *Facebook Journalism Project*. Tramita também na Câmara Federal, o Projeto de Lei 2630/20 apresentado pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania-SE), que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. O texto cria medidas de combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais, como Facebook e Twitter, e nos serviços de mensagens privadas, como WhatsApp e Telegram.

Sobre o “Padrão de ocultação”, aquele que se refere à ausência e à presença dos fatos reais na produção da imprensa, Abramo diz que não se trata de fruto do desconhecimento, e nem mesmo de mera omissão diante do real. É, ao contrário, de acordo com o autor, um deliberado silêncio militante sobre determinados fatos da realidade: “opera nos antecedentes, nas preliminares da busca da informação. Isto é, no ‘momento’ das decisões de planejamento da edição, da programação ou da matéria particular daquilo que na imprensa geralmente se chama de pauta” (ABRAMO, 2016, p.40).

O padrão de ocultação é um tipo ainda observável na cobertura nacional (...) Há muitos exemplos que confirmam o padrão, mas um dos seus mais perniciosos está justamente no fato de que a notícia nem é veiculada publicamente, ficando retida no limbo das redações, o que impede inclusive sua documentação e registro (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 65)

Eliminados os fatos definidos como não-jornalísticos, o “resto” da realidade apresentado pela imprensa é estilizado, despedaçado, fragmentado em milhões de minúsculos fatos particularizados, é o que prevê o “Padrão de fragmentação”. Segundo Abramo, este padrão também se operacionaliza no “momento” do planejamento da pauta, mas, principalmente no da busca da informação, na elaboração do texto, das imagens e sons, e no de sua apresentação, na edição.

O padrão de fragmentação implica duas operações básicas: a seleção de aspectos, ou particularidades, do fato e a descontextualização. A seleção objeto da atenção jornalística obedece a princípios semelhantes aos que ocorrem no padrão de ocultação. Embora tenha sido escolhido como um fato jornalístico e, portanto, digno de merecer estar na produção jornalística, é decomposto, atomizado, dividido, em particularidades, ou pormenores do fato, e a imprensa seleciona os que apresentará ou não ao público. Novamente, os critérios para essa seleção não residem necessariamente na natureza ou nas características do fato decomposto, mas sim nas decisões, na linha, no projeto do órgão de imprensa, e que são transmitidos, impostos ou adotados pelos jornalistas desse órgão (ABRAMO, 2016, P.43)

De acordo com Abramo, a fragmentação da realidade em aspectos particularizados, a eliminação de uns e a manutenção de outros, e a descontextualização dos que permanecem, são essenciais, assim, à distorção da realidade e à criação artificial de uma outra realidade.

A estratégia da fragmentação causa efeitos sociais deletérios na medida em que cria uma falsa sensação de que o sujeito está informado sobre algo, quando isso é parcial ou incompleto. A integridade da informação foi comprometida e ao

público é permitido conhecer estilhaços convenientes de uma cena, fato ou personagem (CHRISTOFOLETTI, 2018, p.67)

Fragmentado o fato em aspectos particulares, todos eles descontextualizados, intervém o terceiro padrão denominado pelo autor “da Inversão”, que opera o reordenamento das partes, a troca de lugares e de importância dessas partes, a substituição de umas por outras e prossegue, assim, com a destruição da realidade original e a criação artificial da outra realidade. Abramo diz que há várias formas de inversão. Frequentemente muitas delas são usadas na mesma matéria. As principais são: Inversão da relevância dos aspectos, Inversão da forma pelo conteúdo, Inversão da versão pelo fato (frasismo e oficialismo), e Inversão da opinião pela informação.

É importante notar que o padrão de inversão tem íntimo parentesco com o da fragmentação, pois ambos ocorrem nos planos da sintaxe e complementaridade da informação. Se o segundo oferece relatos atomizados, o primeiro implode escalas de importância e a lógica linear de seu pleno entendimento, levando leitores e consumidores de informação a acreditarem em cenários parcialmente verdadeiros ou artificialmente construídos (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 68)

O que Abramo define como “Padrão de indução” está relacionado com o que torna a manipulação um fato essencial e característico da maioria da chamada grande imprensa brasileira hoje e que se estabelece pela hábil combinação dos casos, dos momentos, das formas e dos graus de distorção da realidade. Com isso, submete, no geral e no seu conjunto, a população à condição de ser excluída da possibilidade de ver e compreender a realidade real e a consumir uma outra realidade, artificialmente inventada.

O leitor é induzido a ver o mundo como ele não é, mas sim como querem que ele o veja. O padrão de indução é, assim, o resultado e ao mesmo tempo o impulso final da articulação combinada de outros padrões de manipulação dos vários órgãos de comunicação com os quais ele tem contato (ABRAMO, 2016, p.49)

Abramo ainda estabeleceu um padrão específico que denominou “Padrão global ou o padrão do jornalismo de televisão e rádio”.

Se aproximarmos os padrões de Abramo às reflexões de Chomsky sobre o processo de filtragem das notícias e das possíveis manipulações empregadas pelas grandes empresas de comunicação, o elo entre os pensamentos de ambos assume a condição de uma linha tênue. De acordo com Chomsky, a agenda das organizações midiáticas procura realizar o que o principal guru da indústria de RP norte-americana, Edward Bernays, anos atrás chamou de manipulação consciente e inteligente dos hábitos organizados e da

opinião das massas, que ele considerava ser um elemento central da democracia. Ou seja, para Chomsky, existe uma espécie de função doutrinária e é real. O que significa que a mídia cria desejos artificiais, atomiza as pessoas, separa umas das outras, induz a não perturbarem personagens importantes na arena política, transforma os cidadãos em entes de consumo, obedientes, tendo as opiniões 'certas' que não incomodem, e até em partidários de doutrinas ultranacionalistas e belicosas.

PONDERAÇÕES FINAIS

O cenário que envolve práticas informativas e produção de conteúdo na atualidade é complexo no que se refere à desinformação e comportamentos dos meios de comunicação. Em pesquisa realizada em 2018 pelo Ibope Conecta, durante o período das eleições presidenciais, 90% dos usuários de internet afirmaram ter recebido “notícias falsas”, definição que incluía informações enganosas e forjadas, notícias antigas divulgadas como se fossem novas, informações manipuladas ou com títulos e chamadas que não condiziam com o que continham, e até conteúdos completamente inverídicos. (INTERVOZES, 2020).

Vivemos em um país onde, segundo o Edelman Trust Barometer de 2018, 67% da população possui dificuldade em diferenciar o bom jornalismo de rumores e mentiras. Longe de desacreditar todas as instituições jornalísticas brasileiras e seus profissionais, trata-se aqui de ponderar sobre os interesses que guiam as empresas midiáticas e a forma como estes influenciam seu posicionamento frente ao problema da desinformação e também a linha editorial dos grandes veículos: se forem definidas a partir de interesses mercadológicos, e não do interesse do leitor/usuário, essas medidas podem produzir distorções, criminalizações e cerceamentos de determinadas narrativas ou pontos de vista. Some-se a isso o fato de a mídia brasileira não tematizar a si mesma, silenciando, historicamente, pautas relativas à democratização, pluralidade e diversidade dos meios, e brandindo o argumento da censura e da ameaça à liberdade de imprensa para defender-se de propostas para mudar o cenário da comunicação (INTERVOZES, 2020, p. 108)

De acordo com Christofolletti (2018), a identificação de casos de manipulação informativa tem sido um serviço recorrente da crítica de mídia no Brasil – e, mais recentemente pelas agências de checagem (grifo meu) -, identificando práticas indesejáveis e, indiretamente, contribuindo para o aperfeiçoamento de procedimentos e para a criação e implementação de mecanismos de controle de qualidade nas organizações jornalísticas. Portanto, “quando Perseu Abramo lista um conjunto de padrões que assola o jornalismo brasileiro, contribui para uma sistematização relevante, aplicável e útil”,

ressalta o pesquisador. Mas, a polêmica permanece quando uma questão de fundo se coloca: a quem cabe definir o que é uma notícia falsa, ou não? Para os pesquisadores do coletivo Intervezes, os meios tradicionais e mesmo as agências têm se apresentado como certificadores, mas não há neutralidade absoluta nessa operação, pois os critérios de classificação são subjetivos e podem ser interpretados a partir de olhares ou linhas editoriais.

Se Abramo utopicamente (grifo meu) deixa claro que saídas são possíveis, elas minimamente precisam ser repensadas, pois foram apontadas em um determinado período no passado: hoje, o contexto vivenciado é diferente. Naquele momento elas indicavam para uma prática de um tipo de jornalismo não-neutro, não-imparcial e não isento diante dos fatos da realidade: “o órgão de comunicação não apenas pode, mas deve orientar seus leitores/espectadores, a sociedade, na formação da opinião, na tomada de posição e na ação concreta enquanto seres humanos e cidadãos”, enfatiza. Segundo Christofoletti, a mídia não é mais a mesma da época de Abramo, mas ela continua sendo determinante para nosso senso de realidade. Por isso, ressalta o pesquisador, se modificar a estrutura do sistema midiático brasileiro é uma tarefa muitíssimo complexa, estudar e compreender o seu funcionamento é oportuno, necessário e estratégico.

Em obra publicada no Brasil em 2021, “Internacionalismo e extinção”, Chomsky registra no prefácio que a pandemia do coronavírus é algo bastante sério, mas diz que “estamos diante de outras imensas ameaças”. Ou seja, se não perecermos pelos conflitos com armas de tecnologia sofisticada ou temperaturas cada vez mais elevadas, poderemos ser dizimados por extremistas que vem se empoderando em governos de vários continentes. A crise civilizacional que enfrentamos na atualidade envolve não só posições de algumas lideranças mundiais ultraconservadoras, bem como uma imprensa, que na opinião do professor, pouco perturba a elite dominante, pois produz o chamado “consenso fabricado”. Ou seja, utiliza-se de técnicas de controle do público através dos meios de comunicação por onde “determina, molda, manipula e restringe”. Com isso há, segundo Chomsky, um descrédito enorme em relação aos meios de comunicação. O filósofo lembra que a intenção por trás da produção das fake news é bastante clara: enganar, induzir ao erro e controlar. Mas, lembra que as fake news são populares entre as pessoas que — muitas vezes por bons motivos — percebem o poder estabelecido como hostil e se sentem vitimadas pelas políticas prevalecentes. Consequentemente, desconfiam do que

vem das fontes da elite e procuram por algo que possam interpretar como favorável aos seus interesses e suas atitudes. Basta citar o fenômeno Trump em que as pesquisas mostraram que os republicanos confiavam muito mais em Trump do que na mídia tradicional.

A desilusão com as estruturas institucionais levou a um ponto em que as pessoas já não acreditam nos fatos. Se você não confia em ninguém, por que tem de confiar nos fatos? Se ninguém faz nada por mim, por que tenho de acreditar em alguém? Cito um exemplo ocorrido em 2013: o instituto Gallup, o maior do mundo no setor de pesquisas de opinião, perguntou ao público estadunidense qual país representava a maior ameaça à paz mundial. A resposta majoritária foi: Estados Unidos. Coreia do Norte e Irã, por exemplo, nem passaram perto. A pesquisa jamais foi publicada e o Gallup nunca repetiu a pergunta em pesquisas posteriores. (CHOMSKY, 2018)

Chomsky acredita que para uma compreensão dos fenômenos midiáticos na atualidade é preciso buscar suas origens: “o efeito necessário do atual sistema econômico sobre todo o sistema de comunicação; sobre a avaliação do que é notícia, sobre a seleção e eliminação dos assuntos que são divulgados, sobre o tratamento dado às notícias tanto nas colunas editoriais quanto nas do noticiário”. Se quisermos entender os órgãos de imprensa, alerta o linguista, devemos começar por perguntar o que são.

E com isso entendermos que uma imprensa verdadeiramente independente rejeita o papel de subordinação ao poder e à autoridade. Manda a ortodoxia às favas, questiona o que “as pessoas bem pensantes aceitam sem questionar”, rasga o véu da censura tácita, disponibiliza ao público a informação e um leque de opiniões e ideias que são o pré-requisito para uma participação significativa na vida social e política, e, além disso, oferece aos cidadãos uma plataforma para o debate e a discussão das questões que lhes dizem respeito. “Serve, assim, de base para uma sociedade verdadeiramente livre e democrática”, sentencia.

Há uma ponte entre os pensamentos de Chomsky e Abramo, embora as técnicas que agora são usadas para influenciar as escolhas das pessoas de modo geral se atualizaram e as preferências dos eleitores provavelmente vão se desenvolver ainda mais. Tanto por conta das tecnologias vigentes e aprimoradas permanentemente em prol de sustentar estruturas e segmentos interessados em se manter no controle dos Estados e instituições, quanto pela presença de um ativismo que se reorganiza do ponto de vista popular em movimentos e ações, inclusive na criação de propostas independentes ou autônomas de

imprensa. O que se define como algo contra hegemônico para fazer frente não só à manutenção, mas ao crescimento do conservadorismo e da franca expansão da extrema direita ao redor do planeta, inclusive com o uso de parte da mídia corporativa em determinados países. Pode ser que essa movimentação em andamento resulte em possibilidades concretas para se repensar a ideia de manipulação e auxilie no avanço da democratização da comunicação no âmbito planetário — uma tarefa complexa e amplamente desgastante, mas significativa em sua necessidade premente. Pode ser também que alcance resultados interessantes. Novos estudos e reflexões dirão.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. BIONDI, A; CORNILS, P; MORAES, R.; ARBEX JR J., SOUZA, H. J. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2ª edição. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.

_____; ABRAMO, Bia (org.) Um trabalhador da notícia. SP: Editora Fundação Perseu Abramo, 1997.

AHRENS, Jan Martínez. **Noam Chomsky**: “As pessoas já não acreditam nos fatos”. Cultura: Portal El País, 12/3/2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/06/cultura/1520352987_936609.html

ASCHER, Nelson. **VERDADES E MENTIRAS - A privatização da democracia**. Portal do jornal Folha de S. Paulo: 9/3/1997. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs090312.htm>

BORGES, Renato. **Noam Chomsky**: Manipulação e Mídia. Blog pessoal: 2014. Disponível em: <https://www.professorrenato.com/noam-chomsky-manipulacao-e-midia/>

CHOMSKY, Noam. **Mídia, propaganda política e manipulação**. SP: Martins Fontes, 2013.

_____. **Propaganda e consciência popular**. SP: EDUSC, 2003.

_____; FOUCAULT, Michel. **Natureza humana, justiça vs. Poder**: o debate entre Chomsky e Foucault. SP: Martins Fontes, 2014.

_____. **A independência do jornalismo**. Portal Esquerda. 27/11/2017. Disponível em: <https://www.esquerda.net/artigo/independencia-do-jornalismo-por-noam-chomsky/52141>

_____. **Quem manda no mundo?** SP: Planeta, 2017.

_____. **Controle da mídia, os espetaculares feitos da propaganda**. RJ: Graphia, 2003.

CHRITOFOLETTI, Rogério. **Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro**: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. RUMORES: USP: número 23 | volume 12 | janeiro - junho 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/144229/140804>

DALLE, Isaías. **Chomsky**: uma mídia como a brasileira seria fechada nos EUA. Portal da Fundação Perseu Abramo, SP, 19/9/2018. Disponível em: <https://fpabramo.org.br/2018/09/19/chomsky-uma-midia-como-brasileira-seria-fechada-nos-eua/>

GIUSTI, Tânia Regina de Faveri; LIMA, Samuel Pantoja. **As lições de Perseu Abramo sobre a manipulação na imprensa**. Revista Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa v.5, n.2, p.58-74, Jul/Dez. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/12289>

HERMAN, E.S.; CHOMSKY, N. **Manufacturing Consent**: The Political Economy of the Mass Media. 2 ed. New York: Pantheon Books, 2002.

INTERVOZES. MARTINS, Helena (org). **Desinformação**: crise política e saídas democráticas para as fake News. SP: Veneta, 2020.

MIGDALESKI, Leonardo Moreira. A quem possa interessar: o modelo de propaganda, a indústria midiática e o “Efeito LULA”. Monografia: Curitiba, UFPR, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/38252/LEONARDO-MOREIRA-MIGDALESKI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MONNERAT, Alessandra; KLOJDA Andre; SARTORI, Caio; MORAES, Igor. **Entrevista**: ‘Políticos usam mídias sociais para o bem e para o mal’, diz Chomsky. Portal do jornal Estado de S. Paulo. Especial Focas, 2018. Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/focas/politico-em-construcao/materia/entrevista-politicos-usam-midias-sociais-para-o-bem-e-para-o-mal-diz-filosofo-americano>

PAULA, Chico de. **A visão de Perseu Abramo sobre a manipulação da grande imprensa**. Opinião, Revista Carta Capital. 21/02/2014 Disponível em: <http://biblioo.cartacapital.com.br/a-visao-de-perseu-abramo-sobre-a-manipulacao-da-grande-imprensa/>

PEIRANO, Marta. **Noam Chomsky**: “Se não conseguirmos um ‘Green New Deal’, ocorrerá uma desgraça”. Portal do jornal El País: 17/5/2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/ideas/2020-05-17/noam-chomsky-se-nao-conseguirmos-um-green-new-deal-ocorrera-uma-desgraca.html>

Bibliografia consultada

BAGDIKIAN, Bem H. **O monopólio da mídia** (edição definitiva). SP: Veneta, 2018.

BARSAMIAN, David. **Palavras explosivas**. Entrevistas da revista The Progressive. RJ: Bertrand Brasil, 2006.

Grandes entrevistas do milênio. **O olhar de grandes pensadores sobre o mundo atual e suas perspectivas**. SP: Editora Globo, 2008.