
Paradoxos conceituais: A produção de desinformação na cobertura de mídias tradicionais durante o segundo turno das eleições presidenciais argentinas¹

Guilherme Curi

Instituto Nacional de Comunicação e Tecnologia em Disputas e Soberanias
Informativas (INCT-DSI)

RESUMO

O cerne da questão é discutir sobre os atuais paradoxos conceituais no jornalismo contemporâneo a partir da hipótese de que parte da mídia hegemônica, corporativa e tradicional contribui para processos de desinformação na América Latina. Trata-se de um estudo de caso sobre a cobertura de dois veículos argentinos (La Nación e Infobae.com) durante o segundo das eleições presidenciais de 2023. Utiliza-se de uma abordagem multimetodológica, combinando análise de rede e análise crítica do discurso (Fairclough, 2001). Constatou-se, inicialmente, que estas mídias podem dar credibilidade a falsas acusações e legitimar discursos que levam à desinformação.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação; jornalismo; mídias digitais; eleições presidenciais; mídia hegemônica.

Introdução

Ainda que os meios de comunicação tradicionais não desempenhem o mesmo protagonismo nas mídias contemporâneas como tempos atrás, principalmente na internet, os mesmos exercem papéis fundamentais na propagação e legitimação de informações nas redes digitais. Desconsiderar as ações destes agentes comunicacionais em uma análise mais complexa e aprofundada sobre os rumos das práticas jornalísticas, das questões teóricas que as sustentam e, em última instância, nos caminhos democráticos latino-americanos, seria um equívoco.

Casos como as eleições de 2016 no Estados Unidos, que elegeram Donald Trump e as descobertas judiciais da relação promíscua entre o Facebook e a agência de marketing político Cambridge Analytica; as eleições presidenciais brasileiras de 2018, quando o então desconhecido candidato de extrema-direita, Jair Bolsonaro foi eleito; o *Brexit*, referendo que sentenciou a saída do Reino Unido como Estado-Membro da União Europeia, no final de janeiro de 2020; e a proliferação de conteúdos falsos na Pandemia da Covid-19, todos com forte engajamento nas redes digitais e intensa cobertura midiática, praticamente obrigaram a comunidade científica a atentar para este novo fenômeno comunicacional.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

No entanto, indícios empíricos demonstram que este fenômeno que atinge esferas sociais, culturais e políticas, começou antes mesmo destes casos virem à tona e desestabilizar ainda mais questões que começavam a se consolidar, principalmente em países latino-americanos que estavam reestruturando suas democracias após longas décadas de ditadura civil-militar, como na Argentina.

Neste sentido, o resente estudo, realizado e financiado pelo Instituto Nacional em Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais (INCT-DSI), tem como proposta basilar interpretar as dinâmicas de produção de conteúdo, circulação e legitimação de desinformação jornalística a partir dos conteúdos publicados por dois importantes veículos de mídias tradicionais argentinos em meios digitais, que deveriam ser referências para a própria prática jornalística contemporânea na América Latina.

Desta forma, o ponto central da questão investigada é saber o quanto a mídia hegemônica, corporativa e tradicional contribui para os processos de desinformação que caracterizam a dieta midiática latino-americana, mais especificamente, na Argentina, a partir de um estudo de caso sobre a cobertura de dois veículos argentinos durante no segundo turno das últimas eleições presidenciais em 2022, a saber (La Nación e Infobae.com).

2. Objetivos

Objetivo principal é analisar e comparar as notícias e as repercussões nas páginas oficiais do Facebook dos conteúdos publicados por dois dos principais portais digitais de jornalismo na Argentina: La Nación e Infobae.com entre os dias 23 de outubro e 19 de novembro de 2023. Um dos problemas centrais desta investigação é compreender como as mídias hegemônicas e corporativas fazem parte desta engrenagem e colaboram para o sistema da desinformação nos quais os interesses financeiros (Martins, 2021) direcionam a atenção das pessoas nas redes digitais.

Desta forma, um dos objetivos específicos é detectar os elementos característicos destes fenômenos. A investigação se propõe a compreender de que formas a desinformação circula nos canais de mídia social na internet a partir da publicação e compartilhamento de determinadas notícias produzidas por estes veículos. Exploramos, assim, como os meios de comunicação tradicionais podem contribuir para reforçar os ataques à democracia, ao mesmo tempo que tentam, mesmo que de forma superficial, manter valores jornalísticos como a neutralidade e a objetividade. Em suma, objetivamos

abordar duas questões subjacentes: (1) como estes meios de comunicação retrataram os ataques às instituições; (2) como determinadas histórias circularam nas redes digitais.

3. Bases teóricas e epistemológicas – Um debate necessário

Nos últimos anos, a extrema-direita cresceu de forma exponencial na América Latina, a partir de uma retórica calcada no discurso populista contra as instituições democráticas. Países como o Brasil e a Argentina, que viveram ditaduras violentas durante décadas, testemunharam estratégias semelhantes de candidatos de extrema direita, que alegaram fraudes eleitorais e atacaram as instituições democráticas principalmente durante o segundo turno das eleições, momento crucial da atual polarização política vivenciada em ambos os países. Tanto Javier Milei, do Partido Libertário, quanto Jair Bolsonaro, do Partido Liberal, afirmaram que se perdessem as eleições seria por corrupção sistêmica. Ambos os candidatos também expressaram opiniões positivas sobre as ditaduras militares e a necessidade de “intervenção” caso as eleições fossem fraudulentas.

Neste sentido, o fenômeno da desinformação cada vez mais se consolida não somente como objeto de estudo no campo da Ciências da Comunicação e do próprio Jornalismo em nível global, mas, também, como um novo campo de pesquisa interdisciplinar, cada vez mais relacionado aos rumos da democracia ocidental e das questões ligadas às disputas e soberanias nacionais, na chamada era da midiatização profunda, ou seja, “um metaprocessos que envolve, no próprio nível de transformação na formação social, dinâmicas relacionadas às mídias se reunindo, entrando em conflito umas com as outras e encontrando diferentes expressões nos vários domínios do nosso mundo social” (COULDRY & HEPP, p.277).

Ainda, quando pensamos sobre desinformação, provavelmente a primeira ideia que nos vem à mente é a propagação de *fake news* e mentiras por parte de pessoas que não são jornalistas e profissionais da mídia. Provavelmente, muitos de nós irão cogitar que os conteúdos com desinformação são gerados por grupos no Facebook que recriam fatos e narrativas, ou até mesmo, comunidades no WhatsApp que compartilham mentiras e inverdades. No entanto, ao olharmos atentamente, ainda que de forma inicialmente empírica, para alguns meios de mídia tradicional, iremos nos deparar com a propagação de determinados tipos de desinformação que, impreterivelmente, irão legitimar determinados tipos de narrativas destes grupos e, em última instância, colocar em crise a própria forma como praticamos o jornalismo hoje.

Logo, para Bucci (2022), para além de boatos ou mentiras, a desinformação, deve ser percebida como um subproduto tóxico do que o autor denomina de “Superindústria do Imaginário” e que, a todo momento, coloca em risco a normalidade democrática e impulsiona discursos com traços fascistas. Segundo o pesquisador, “se a informação ajuda a tecer laços de confiança na esfera pública, a desinformação dissolve esses laços” (BUCCI, 2022, p.5).

Ainda, de acordo com Bucci, a desinformação não se resume somente a um desvirtuamento de conteúdo ou a um simples defeito semiológico de determinadas narrativas, ela surge “como sintoma de algo subterrâneo (...)consiste no perfeito oposto de tudo aquilo que temos entendido por informação” (BUCCI, 2022, p.12).

Ou seja, enquanto a informação jornalística em países democráticos consiste na pavimentação do caminho de acesso à verdade e aos fatos, a desinformação conduz à mentira, à ignorância dos fatos, ao apagamento da própria realidade e história recente. Estudados estes novos fenômenos de forma crítica torna-se assim tarefa fundamental para revermos as nossas próprias bases teóricas e epistemológicas desenvolvidas pelas teorias jornalísticas até hoje.

4. Caminhos metodológicos

Em um primeiro momento, a partir de uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL), mapeamos as pesquisas sobre o tema em nível global, privilegiando as investigações realizadas na América Latina, caminho inevitável para os primeiros passos no trabalho de pesquisa. Em seguida, utilizamos uma abordagem multimetodológica, combinando análise de rede e análise crítica do discurso (Fairclough, 2001) para discutir a circulação e o conteúdo das notícias compartilhadas no Facebook a partir dos conteúdos previamente mapeados nos sites oficiais dos veículos analisados. No site do jornal La Nación, por exemplo, a partir do mecanismo de busca do próprio jornal, foram encontrados 1.131 resultados para busca: “eleições argentinas”, entre os dias selecionados para pesquisa que está em curso.

Em seguida, a partir de dados coletados, realizamos a investigação e análise proposta, a partir da Teoria Social do Discurso, de Norman Fairclough (2001), que estabelece uma relação dialética entre discurso e estrutura social, ou seja, o discurso percebido como uma prática social tanto de representação quanto de significação do mundo, constituindo e ajudando a construir identidades sociais, as relações sociais e os sistemas de crenças.

5. Considerações finais

Por tratar-se de uma investigação que está em curso, é possível apontarmos algumas reflexões iniciais a partir das análises teóricas e dos objetos de pesquisa realizados até o presente momento.

As primeiras constatações convergem a nossa atenção para o fato de que as coberturas dos meios de comunicação tradicionais podem dar credibilidade a falsas acusações e ajudar novos discursos que levam a desinformação. Além disso, percebemos que as plataformas digitais também podem ajudar a reforçar todo o processo de disseminação de formação.

Ainda, outra constatação inicial é a de, enquanto as desinformações da campanha da extrema-direita brasileira foram calcadas principalmente no neoconservadorismo e no autoritarismo, na campanha de Milei, principalmente no segundo turno, se desenvolveu por outros caminhos discursivos que não seriam enquadrados, por exemplo, como revisionismo histórico e no apoio às bases militares. O candidato argentino eleito em 2023 apostou na mobilização social da juventude, em especial homens, sob o slogan “Viva la libertad, carajo!”, com um programa neoliberal radical, que inclui adoção do dólar como moeda nacional e o fim do Banco Central argentino.

Neste sentido, até o presente momento, dentro das possibilidades que um resumo expandido permite, cada vez mais mostra-se necessário o debate sobre mecanismos e instrumentos de investigação científicos para compreendermos de forma clara e precisa os caminhos discursivos e políticos dentro do jornalismo contemporâneo em ambientes digitais de países latino-americanos.

Os resultados prévios apontam que estas análises poderão gerar reflexões e ferramentas para pensarmos e construirmos novos formatos jornalísticos e políticas públicas efetivas e apropriadas às determinadas conjunturais regionais.

REFERÊNCIAS

- BUCCI, Eugênio. Ciências da Comunicação contra a desinformação. *Comunicação & Educação*. v. 27, n. 2, p. 5–19, 2022.
- BUCCI, Eugênio. “A confusão que favorece a tirania”. In: *O Estado de S. Paulo*, 24 março.2022. Disponível em: <https://opinio.estado.com.br/noticias/espaco-aberto,a-confusao-que-favorece-a-tirania> Acesso em 15 de maio, 2024.
- CAVALCANTE RB; BRAZ PR; TAVARES, TB; FARIAS, LR. Genealogia do Conceito Infodemia In: Cavalcante RB, Castro EAB, (Orgs.). *Infodemia: gênese, contextualizações e interfaces com a pandemia de covid-19*. Brasília, DF: Editora ABen; p. 32-44, 2022.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. A construção mediada da realidade. Tradução: Luzia Araújo. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2020.

DOS SANTOS JR, Marcelo Alves. FINANCIANDO A DESINFORMAÇÃO: análise dos sistemas de publicidade durante a eleição de 2022. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA, 2023, Fortaleza - CE. Anais do 10º Compolítica. Fortaleza - CE: [s. n.], 2023. Disponível em: http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT7_Alves_Dos_Santos_Junior-Marcelo-Alves-Dos-Santos-Junior.pdf. Acesso em: 21 de maio,. 2024.

FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2001.

MARTINS, Helena, Comunicação em Tempos de Crise: Economia e Política. São Paulo: Expressão Popular, 2020.

RECUERO, R. Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil. relatório, resultados e estratégias de combate / 1. ed. -- Pelotas, RS .MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet / Raquel Recuero. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SODRÉ, Muniz. A comunicação do grotesco: introdução à cultura de massa brasileira. 10ª ed. Petrópolis (RJ): Editora Vozes, 1985.

_____.As estratégias sensíveis:afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.