

Uma análise estética da relação informação x desinformação à luz dos postulados de Eliséo Verón sobre teoria da midiatização¹

Maria Iasmin Pereira DINIZ²

Cláudio MESSIAS³

Universidade Federal de Campina Grande - PB

RESUMO

O trabalho traz discussão entendida como primordial dentro do debate, atual, acerca da construção de sentidos presente em conteúdo de enunciação classificado vulgarmente como “notícia falsa”, ou, à luz dos estudos contemporâneos das Ciências da Comunicação, desinformação. Para tanto, analisa-se documentalmente o episódio noticioso em que uma instituição de Estado, no caso, a Polícia Federal, em processo encaminhado ao Poder Judiciário, faz emprego linguístico de “desinformação”, em substituição a “notícias falsas” ou, em estrangeirismo, “fake news”, para caracterizar crimes sob acusação de cometidos durante episódio denominado pela mídia brasileira como “Atos golpistas de 8 de janeiro de 2023”. A reflexão segue à luz do que concebe Eugênio Bucci em texto formal utilizado durante a conferência de abertura do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, organizado pela Intercom, em 2022, na Universidade Federal da Paraíba, em consonância com os postulados de Eliséo Verón, que revisitou, em revisão, o conceito de teoria da midiatização sob o âmbito de desmaterialização ética da verdade.

PALAVRAS-CHAVE: Informação; desinformação; estética da comunicação; teoria da midiatização.

INTRODUÇÃO

No texto "Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências"⁴, o autor argentino Eliseo Verón faz uma abordagem significativa da influência da mídia na sociedade desde o início da comunicação simbólica, demonstrando sua importância na evolução desta. Estes fenômenos midiáticos permitiram que os indivíduos se integrassem com mais facilidade, ocasionando, por outro lado, o surgimento de algumas práticas controversas no meio comunicacional.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT Estudos em comunicação), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Estudante de Graduação, 3º semestre, do bacharelado Comunicação Social/ Educomunicação na Universidade Federal de Campina Grande-PB, e-mail: iasminpdiniz@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, docente no bacharelado Comunicação Social/Educomunicação na Universidade Federal de Campina Grande, PB. E-mail: claudio.messias@professor.ufcg.edu.br.

⁴ Artigo publicado na revista Matrizes, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), em 2014, pouco antes de sua morte.

A princípio, é necessário destacar que a desinformação é, atualmente, um grande obstáculo comunicativo. A disseminação desse conteúdo noticioso com ausência de verdade, ou seja, falso, dificulta, de certa forma, o trabalho do comunicador que exerce sua função com seriedade. Existe, nesse ínterim, uma série de fatores estruturais que ditam a relevância de uma notícia, mas para além destes, existe a veracidade dela, o que em um primeiro momento, vê-se, não é levado em consideração pela parte receptora, que nesse trabalho denominaremos genericamente como “audiência”. Estamos, ademais, considerando que seu subconsciente, na parte da audiência, levará o sujeito a acreditar ou não naquela notícia, de acordo com a competência discursiva atribuída ao veículo ou comunicador ao qual ela está atribuída.

A esse respeito, Maria Cristina Castilho Costa (2002) ressalta que dentro de uma cultura de massa há o advento de uma indústria que determina a fabricação técnica e em série de bens simbólicos, assim sintetizando o conceito de indústria cultural. Dos jornais e demais mídias impressas, no início do século passado, à espetacularização protagonizada pela mesma, há, hoje podemos definir, transmidiação⁵ rádio/TV, ou seja, o áudio ilustrado pela imagem, logo, o audiovisual, agregado à simultaneidade da transmissão, o ao vivo, temos ainda a tecnologia digital, que modifica a estrutura circulatória desses conteúdos audiovisuais e modifica a condição, antes estática e passiva, do sujeito da audiência.

Segundo a autora, mostra-se um cenário em que, na percepção da estética da comunicação, separam-se erudito e popular. Ou seja, sujeitos com ou sem acesso a formação cultural privilegiada, colocados na condição de mais ou, em antítese, menos passíveis às armadilhas de conteúdos circulados pelos meios de comunicação. Isso se deveria, em hipótese, a uma nova reconfiguração do que seja arte, ou mesmo o belo, considerando que a estética seja a filosofia da arte.

A arte erudita e a experimental reagem brutalmente a essa invasão da arte técnica – os movimentos artísticos, amparados por manifestos grandiloquentes, procuram assegurar um espaço que não se confunda nem com o popular, nem com o industrial. Perscrutam a alma, exacerbam na crítica, adotam posturas minimalistas numa produção que balançou o entre-guerras. Contudo, nunca mais a arte clássica teria o reconhecimento que tivera no passado como espaço privilegiado do imaginário do mundo (COSTA, 2002, p.99)

Se viramos, como aponta Costa, um paradigma relacionado à aceção sobre erudito e popular e, dessa forma, fica cristalizada a situação de local de fala de sujeitos com acesso

⁵ Conceito que agrega a reunião, em uma só plataforma, de dois ou mais meios de comunicação, propiciando à audiência uma convergência cultural de linguagens.

formativo a um conhecimento emancipatório, como coloca Rancière (2012), temos que uma parte da audiência seja formada por sujeitos em situação de exclusão suficiente que, na condição de ignorância, formam um segundo tipo de massa de manobra dentro do cenário em que as tecnologias digitais fazem a mediação de conteúdos *a priori* apresentados como embasados por fato e, por conseguinte, verdade, sem, contudo, esse elemento primordial para a configuração de um fato noticioso. É destaque nosso, nesse trabalho, que nesse prisma de análise a massa de manobra não é composta somente por classes socialmente menos favorecidas ou em situação de exclusão de direitos sociais básicos, mas, também, por pessoas em condição mais privilegiada nesse sentido. Cair, portanto, na armadilha da indústria produtora de conteúdos sem informação verídica independe de concentração de bens simbólicos relacionados a finanças. Qualquer sujeito da audiência desprovido de conhecimento fica na alça de mira da desinformação.

Outrossim, se há ausência de verdade em uma notícia, que é a base de nossa reflexão aqui, e mesmo assim as pessoas lhe tratam com credibilidade no sentido de fé pela verdade, fica claro que há na parte da emissão uma habilidade comunicativa de enunciação. Afinal, ele, o sujeito da enunciação, cumpre seu papel de atingir o público-alvo e, no construto estético, convence o público que sua obra, ou o conteúdo informativo em circulação, tem fundo de verdade, mesmo sem tê-lo. Torna-se importante incluir nessa análise os pressupostos de Jacques Rancière (2012) que incidem, no âmbito da estética do sensível e aqui colocadas como metáfora, sobre a relação entre as forças que têm interesse pela manipulação articulada do público e as formas pelas quais esse afasta-se do encantamento, logo, do belo, compreendendo, em discernimento, o desencantamento. O conhecimento é, vemos, fator determinante.

A cena e a performance teatrais tornam-se assim uma mediação evanescente entre o mal do espetáculo e a virtude do verdadeiro teatro. Elas se propõem ensinar a seus espectadores os meios de deixarem de ser espectadores e tornarem-se agentes de uma prática coletiva (RANCIÈRE, 2012, p. 13)

Prosseguindo, Jacques Rancière coloca que é nesse aspecto que as descrições e as propostas de emancipação intelectual podem entrar em jogo e ajudar-nos a reformular o problema, colocado na forma de a parte produtora de conteúdo informativo tirar proveito da ignorância do público-alvo, ignorante, para não só despachar sua obra, mas, principalmente, convencê-la, na recepção, a replicar a circulação com a intenção de verdade. De acordo com o autor,

Essa mediação autoevanescente não é algo desconhecido para nós. É a própria lógica da relação pedagógica: o papel atribuído ao mestre é o de eliminar a distância entre

o seu saber e a ignorância do ignorante. Suas lições e os exercícios que ele dá têm a finalidade de reduzir progressivamente o abismo que os separa. Infelizmente, ele só pode reduzir a distância com a condição de recriá-la incessantemente (Ibidem)

No entanto, diante do que já foi exposto, há um fator importante na construção da competência discursiva de um comunicador, que é a ética. E é ela um dos principais pilares da ação comunicativa que, não podendo ser deixada de lado, coloca o conteúdo falso em colisão com o belo estético, levando a um desencantamento da parte do público que compromete a integralidade do conteúdo. Estética e ética, portanto, a nosso ver, como colocado por Rancière, na perspectiva do sensível, ora estão ligadas por uma linha tênue, ora estão separadas em um abismo, ora estão interligadas solidamente por uma ponte concreta que é a verdade fincada no fato, ou a realidade representativa da notícia. Vê-se que a ligação estética é que centra a relação díspar entre informação e desinformação quando o aspecto é forma e conteúdo e, por conseguinte, verdade e pós-verdade.

METODOLOGIA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O problema aqui trazido nesse trabalho decorre de provocação que fizemos em trabalho de conclusão da disciplina “Arte, Estética e Comunicação”, no curso de Comunicação Social com linha de formação em Educomunicação, no período letivo 2022.2, na Universidade Federal de Campina Grande. Durante as aulas, o professor da disciplina Cláudio Messias provocou a turma a mensurar sobre uma eventual competência discursiva numa parte enunciativa que coloca uma “notícia falsa” em circulação, atinge determinado público e o convence de que se trata de fato fincado na verdade. Se, portanto, a estética da comunicação está na construção, pelo autor, de uma obra discursiva que desperte encantamento no público, ou seja, na recepção, haveria o belo na transição de conteúdos com desinformação? Buscamos responder.

Com base nos pressupostos de Eliséo Verón (2014) e sua definição sobre uma teoria da midiatização que rompe com as formas anteriores de mensurar sobre a circulação de conteúdos mediados sob o âmbito das tecnologias, temos a verdade como elemento primordial e a mediação dessa como secundário. É destacado que o autor entende que fenômenos midiáticos sejam uma precondição de sistemas complexos e por isso a midiatização possui tanta importância quanto estes (p.13). Para Verón,

Os fenômenos midiáticos produzem a autonomia de emissores e receptores e a persistência dos discursos pelo tempo. A primeira consequência da autonomia e persistência é a des-contextualização do significado, que marcou desde o seu início a história da localização, salvaguarda, leitura e interpretação. A descontextualização abre a porta para múltiplas quebras de espaço e tempo produzidas por qualquer

dispositivo técnico de uma forma específica, ao longo de toda a história da
mídia (VERÓN, 2014:17)

Sobre o exposto entendemos que seja qual for a tecnologia utilizada na mediação a parte da enunciação está no comando e se utiliza de uma reconhecida democratização de acesso a conteúdos para, dentro da história de mediação, um embate contínuo e interminável de disputa entre grupos que se declaram fincados discursivamente na verdade, tentativa, essa, segundo Verón, de estabilizar sentidos. Em síntese, não deixa de ser legítima a posição da parte enunciativa de desinformação, visto que no embate cotidiano compete à parte da contestação a contraparte, também discursiva e mediada tecnicamente, com a elucidação em forma de desencantamento da competência discursiva que tornou notícia o fato suposto.

Nosso objetivo geral, em desdobramento ao conteúdo teórico aqui apresentado, é analisar, pois, documentalmente o inquérito em que a Polícia Federal denuncia ao Ministério Público Federal, na representação da Procuradoria Geral da República, personagens públicos envolvidos no que é colocado como trama para um suposto golpe de Estado no Brasil no período compreendido entre o segundo turno das eleições presidenciais de 2022 e o primeiro mês de exercício de mandato do governo federal então eleito.

Utilizamos, para tal, os pressupostos de Laurence Bardin (1977), pois faremos análise de conteúdo dos documentos cujo sigilo foi quebrado e, dessa forma, tornado público, por decisão do Supremo Tribunal Federal no dia 8 de fevereiro de 2024. Escrevemos esse trabalho, portanto, no mês de março de 2024, tendo como interstício anterior a divulgação do documento analisado e, antes, a finalização, em 2023, da disciplina Arte, Estética e Comunicação, cuja reflexão central nos traz a esse embate científico no espaço formal propiciado pela Intercom.

Como destaque, trazemos o que entendemos como cuidado da parte enunciativa nos processos de investigação tornados públicos, em quebra de sigilo, em 8 de fevereiro de 2024. A Polícia Federal, pois, adota o verbete “desinformação” em substituição a “notícias falsas”, em consonância conceitual com o que Eugênio Bucci (2023) inaugura, no âmbito das Ciências da Comunicação, na conferência de abertura do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, organizado e realizado pela Intercom e pela Universidade Federal da Paraíba em setembro de 2022, distinguindo notícias falsas de desinformação.

Notícia falsa, portanto, na acepção da construção transitória de fato para notícia, não se sustenta etimologicamente, visto que notícia, para ser configurada, é precedida por fato concreto centrado na verdade. Notícia, outrossim, é informação, por ter verdade. E se um

conteúdo apresentado como fato mas ausente de verdade circula, trata-se do avesso de informação, resumindo-se, portanto, em desinformação.

CONCLUSÃO

Em síntese, nesse primeiro momento, a análise dos elementos expostos pelos autores que fundamentam teoricamente este trabalho permitiu a construção de uma base sólida para a discussão acerca do papel do profissional da comunicação no enfrentamento à manipulação da verdade que se camufla nos filtros estéticos. Diante da perceptível habilidade comunicativa do emissor que cumpre a finalidade do conteúdo noticioso atingindo e convencendo o público-alvo através do belo, emerge-se a demanda de desconstrução de tal encantamento por parte da audiência.

O estudo do documento publicado pela Procuradoria Geral da República concernente aos “atos golpistas de 8 de janeiro de 2023” exemplifica a posição que deve predominar ao tratar de contextos que envolvam a disseminação de conteúdo noticioso falso. A este não é apropriado, por conseguinte, ser designado como notícia, uma vez que não apresenta o elemento primordial e indiscutível desta, em resumo, a presença da realidade factual, sem o descumprimento da ética.

Levando-se em consideração os aspectos apresentados, é possível concluir que a veracidade é um fator de extrema importância na construção da notícia. Sem ela, a competência discursiva atribuída ao emissor fica fragilizada, pois se perde o valor ético. Em um mundo de grandes fenômenos midiáticos, cada vez mais interligado, como é descrito por Verón, é preciso ter cautela na escolha e análise crítica daquilo que será consumido.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, M. A.. O gestor e o campo da comunicação. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002, p. 15-27.

BARDIN, L.. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BUCCI, E.. Ciências da comunicação contra a desinformação. In: PRATA, Nair; HENDRYO, André; MATOS, Sílvio S. **Ciências da comunicação contra a desinformação**. São Paulo: Intercom, 2023, p.15 a 50.

COSTA, M. C. C.. Estética dos meios de comunicação. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002, p.86 a 99.

RANCIÈRE, J.. **O espectador emancipado**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

VERÓN, E.. Teoria da midiatização: uma perspectiva semiantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**. Vol. 8, N.o 1 (jan/junho. 2014) – São Paulo: ECA/USP: 2014, p.13-19.