



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES - ICHCA
CURSO DE JORNALISMO

ADLER BARBOSA DOS SANTOS TAVARES

**LIBERDADE OU EXPRESSÃO: O IMPACTO DO DISCURSO NA
COMUNICAÇÃO**

MACEIÓ
2023

ADLER BARBOSA DOS SANTOS TAVARES

**LIBERDADE OU EXPRESSÃO: O IMPACTO DO DISCURSO NA
COMUNICAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
apresentado à Universidade Federal de
Alagoas – UFAL, como pré-requisito para
a obtenção do grau de Jornalismo.

Orientador: Prof. Me. Ricardo Coelho de
Barros

Maceió
2023

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

- T2311 Tavares, Adler Barbosa dos Santos.
Liberdade ou expressão : o impacto do discurso na comunicação / Adler
Barbosa dos Santos Tavares. – 2023.
73 f. : il.
- Orientador: Ricardo Coelho de Barros.
Relatório (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade
Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.
Maceió, 2023.
- Bibliografia: f. 67-73.
1. Sikera Júnior, 1966- . 2. Liberdade de expressão. 3. Discurso de ódio. 4.
Ética jornalística. 5. Homofobia no Jornalismo. I. Título.

CDU: 070.13:613.885

FOLHA DE APROVAÇÃO

AUTOR: ADLER BARBOSA DOS SANTOS TAVARES

LIBERDADE OU EXPRESSÃO: O IMPACTO DO DISCURSO NA COMUNICAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC apresentado à Universidade Federal de Alagoas – UFAL, como pré-requisito para a obtenção do grau de Jornalismo.

ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TCC para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo

Aos 30 dias do mês de janeiro do ano de 2024, das 19 às 20:20 horas, realizou-se no Curso de Jornalismo (antigo curso de Comunicação Social), da Universidade Federal de Alagoas (Ufal), a sessão de apresentação do Trabalho de Conclusão de curso (TCC), intitulado: **LIBERDADE OU EXPRESSÃO: O IMPACTO DO DISCURSO NA COMUNICAÇÃO**, de autoria do graduando **ADLER BARBOSA DOS SANTOS TAVARES**, matrícula nº 17210399, do Curso de Jornalismo (antigo curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo), como parte dos requisitos para obtenção do Grau de Bacharel. A banca foi composta por **JÚLIO ARANTES DE AZEVEDO** (1º examinador), por **RU'Y MATOS E FERREIRA** (2º examinador) e por **RICARDO COELHO DE BARROS** (orientador). Após exposição oral sintetizando o TCC, o(a) graduando(a) foi arguido(a) pelos membros da banca e em seguida respondeu aos questionamentos levantados. Ao fim da sessão, a banca se reuniu em particular e o TCC foi considerado:

- (X) Aprovado, atribuindo-lhe a nota 10,0 (dez inteiros)
() Reprovado
() Aprovado, condicionado a reformulação, devendo o graduando entregar uma segunda versão de seu trabalho em prazo não superior a _____ dias úteis.

Subscrevemo-nos

govbr

Documento assinado digitalmente
RICARDO COELHO DE BARROS
Data: 30/01/2024 20:20:09 -0500
href="http://govbr/validar/00.gov.br"

govbr

Documento assinado digitalmente
JÚLIO ARANTES AZEVEDO
Data: 30/01/2024 20:09:02 -0500
href="http://govbr/validar/00.gov.br"

Ricardo Coelho de Barros

Júlio Arantes de Azevedo

govbr

Documento assinado digitalmente
RU'Y MATOS E FERREIRA
Data: 31/01/2024 09:09:03 -0500
href="http://govbr/validar/00.gov.br"

Ruy Matos e Ferreira

AGRADECIMENTOS

É com imensa satisfação e profunda gratidão que expresso meus sinceros agradecimentos a todos que, de alguma forma, contribuíram para o êxito da minha jornada acadêmica.

Em primeiro lugar, estendo meu reconhecimento aos professores que compartilharam seu conhecimento, paciência e experiência ao longo desta caminhada. Suas orientações foram fundamentais para o desenvolvimento das habilidades necessárias para enfrentar os desafios do campo profissional.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado, oferecendo apoio e encorajamento nos momentos mais desafiadores. Vocês foram meu alicerce, e cada conquista é também de vocês.

Agradeço aos amigos de infância, aqueles que testemunharam os primeiros passos deste processo e continuaram ao meu lado, independentemente das distâncias físicas ou desafios.

Não posso deixar de agradecer aos colegas de curso, que transcenderam a simples convivência acadêmica para se tornarem verdadeiros amigos. Compartilhamos não apenas conhecimento, mas risos, dúvidas e descobertas, formando uma rede de apoio inestimável.

Por fim, expresso minha gratidão a Deus, cuja graça e orientação estiveram presentes em cada passo. Agradeço pela força, sabedoria e oportunidades concedidas.

Cada um de vocês teve um papel fundamental nessa conquista e, por isso, expresso meu muito obrigado. Que este trabalho não seja apenas o fim de uma etapa, mas o início de uma jornada incrível.

RESUMO

Esta monografia aborda a liberdade de expressão como um princípio fundamental, ressaltando seu papel crucial e seu respaldo. Discute-se a evolução histórica desse direito e seus desafios contemporâneos, especialmente no contexto do discurso de ódio. A análise destaca a relação entre imprensa e liberdade de expressão, enfatizando o papel importante da mídia na disseminação desse direito, mas também reconhecendo seu potencial para veicular discursos discriminatórios. A pesquisa se aprofunda nos reflexos das falas de ódio na sociedade e no jornalismo, ressaltando a necessidade de equilibrar a liberdade de expressão com a responsabilidade na divulgação de informações. O estudo centraliza-se no caso envolvendo uma ação de marketing da Burger King e Sikêra Júnior, um comunicador cujas declarações polêmicas ganharam notoriedade nas redes sociais. A reação do público, a perda de patrocinadores e as implicações legais resultantes de seus discursos controversos são investigadas, considerando a regulamentação da profissão jornalística e o Código de Ética do Jornalista como instrumentos orientadores. O estudo busca lançar luz sobre o papel da mídia e dos jornalistas na formação da opinião pública e na promoção da tolerância e diversidade, sublinhando a relevância de abordar o discurso público com responsabilidade e respeito.

Palavras-chave: Liberdade de Expressão. Discurso de Ódio. Jornalismo Ético. Homofobia no Jornalismo. Sikera Júnior

ABSTRACT

This monograph addresses freedom of expression as a fundamental principle, highlighting its crucial role and support. The historical evolution of this right and its contemporary challenges are discussed, especially in the context of hate speech. The analysis highlights the relationship between the press and freedom of expression, emphasizing the crucial role of the media in disseminating this right, but also recognizing its potential to convey discriminatory speeches. The research delves into the effects of hate speech on society and journalism, highlighting the need to balance freedom of expression with responsibility in disseminating information. The study focuses on the case involving a marketing action by Burger King and Sikêra Júnior, a communicator whose controversial statements gained notoriety on social media. The public's reaction, the loss of sponsors and the legal implications resulting from his controversial speeches are investigated, considering the regulation of the journalistic profession and the Journalist's Code of Ethics as guiding instruments. The study seeks to shed light on the role of the media and journalists in shaping public opinion and promoting tolerance and diversity, underlining the relevance of approaching public discourse with responsibility and respect.

Keywords: Freedom of Expression. Hate Speech. Ethical Journalism. Homophobia in Journalism. Sikêra Júnior.

SUMÁRIO

Introdução	08
1. Liberdade ou expressão	10
1.1 Liberdade de expressão	10
1.2 Liberdade de expressão na história	11
1.3 Liberdade de expressão como um direito no Brasil	12
1.4 Discurso de ódio ou liberdade de expressão?	14
1.5 Limites da liberdade	15
1.6 O Preconceito, a discriminação e a intolerância	16
1.7 Reflexos do discurso de ódio na imprensa	18
2. A cultura do grotesco no jornalismo	20
2.1 Ética no jornalismo	20
2.2 Telejornalismo sensacionalista e a cultura do absurdo	22
2.3 Sikera Jr. e a comunicação do grotesco	24
2.4 “Como explicar” discursos intolerantes: Sikera Jr. e Burger King	26
2.5 O preço do discurso	29
2.6 O impacto do discurso no século XXI	33
2.7 Repercussão na mídia	34
2.8 Intolerância e discurso de ódio na internet (O Marco Civil da Internet)	36
2.9 Marcas e emissoras	40
2.10 Quem sai perdendo?	42
3. JORNALISMO E RESPONSABILIDADE SOCIAL	46
3.1 O papel do jornalismo cívico	46
3.2 As categorias do jornalismo cívico	47
3.3 Jornalismo e sua contribuição para a liberdade de expressão	50
3.4 Os limites da liberdade na imprensa	54
3.5 Liberdade de expressão positiva e negativa	55
3.6 Da Comunicação de massa ao consumidor empoderado	56
3.7 A homossexualidade nos meios de comunicação	60
3.8 O papel do jornalismo na conscientização contra a homofobia	61
Conclusão	65
Referências	67

INTRODUÇÃO

A liberdade de expressão é um dos princípios fundamentais das sociedades democráticas e um direito natural do ser humano, assegurando a possibilidade de exteriorizar o pensamento em sua forma mais ampla. Este direito engloba diversos outros relacionados às liberdades de comunicação e desempenha um papel crucial nas sociedades modernas. A sua importância transcende os princípios democráticos, sendo refletida em normativas internacionais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU, bem como na Constituição de 1988 no Brasil, que garantem a livre manifestação do pensamento e a liberdade de expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.

No entanto, a liberdade de expressão não é um direito absoluto. Assim como qualquer outro direito, seu exercício possui limitações, especialmente quando ocorrem abusos, como injúria, calúnia ou difamação. A proteção desse direito também se estende aos meios digitais, visando preservar a dignidade básica humana e o funcionamento do estado democrático. Quando as expressões de ódio se manifestam, tornam-se expressões de pensamento e, segundo Jeremy Waldron (2010), passam a gerar efeitos nocivos que podem perdurar no tempo dependendo do veículo de transmissão utilizado.

Este trabalho tem como objetivo discutir a evolução histórica da liberdade de expressão, desde a sua consolidação nas sociedades democráticas até sua presença na Constituição Brasileira de 1988. Além disso, abordará os desafios contemporâneos, com destaque para a questão do discurso de ódio, que coloca em evidência os limites desse direito. A análise também explorará a relação entre imprensa e liberdade de expressão, enfatizando como a mídia desempenha um papel fundamental na disseminação desse direito, mas também pode ser vetor de discursos discriminatórios. Por fim, discutiremos os reflexos do discurso de ódio na sociedade e no jornalismo, destacando a importância de encontrar um equilíbrio entre a liberdade de expressão e a responsabilidade na divulgação de informações.

No cenário contemporâneo, a comunicação é marcada por uma multiplicidade de vozes e plataformas que moldam as percepções e influenciam o comportamento

das pessoas. Nesse contexto, figuras midiáticas como Sikêra Júnior ganham destaque não apenas por sua notoriedade, mas também por sua capacidade de impactar o discurso público. Esta monografia se propõe a explorar o caso de Sikêra Júnior, um comunicador que se destacou por suas declarações polêmicas e discursos intolerantes, com a Burger King e examinar as implicações desse tipo de comunicação na sociedade.

José Siqueira Barros Júnior, mais conhecido como Sikêra Júnior, emergiu do cenário midiático brasileiro como um fenômeno que viralizou nas redes sociais devido a seus comentários e posturas controversas. Sua ascensão no mundo da comunicação é um reflexo das transformações no panorama midiático, onde a disseminação de informações e a interação com o público ocorrem em uma velocidade nunca antes vista. No entanto, a carreira de Sikêra Júnior não é apenas marcada por sua popularidade, mas também por uma série de falas intolerantes e polêmicas que levantam questões cruciais sobre a ética jornalística, a responsabilidade dos comunicadores e o impacto dessas mensagens na sociedade.

Este estudo busca analisar a forma como Sikêra Júnior aborda questões sensíveis, como a diversidade sexual e como seus discursos afetaram não apenas sua carreira, mas também a reputação de empresas que se associaram a ele. Além disso, exploraremos a reação do público, a perda de patrocinadores e as ações legais resultantes de seus discursos controversos. A regulamentação da profissão jornalística e o Código de Ética do Jornalista serão abordados como instrumentos que estabelecem diretrizes para o exercício responsável da comunicação.

À medida que a comunicação se torna cada vez mais poderosa e influente, a responsabilidade dos comunicadores em promover discursos éticos e inclusivos torna-se uma questão fundamental. Este estudo busca lançar luz sobre o papel da mídia e dos jornalistas na formação da opinião pública e no fomento da tolerância e diversidade, destacando a importância de abordar o discurso público com responsabilidade e respeito.

1. Liberdade ou expressão

1. Liberdade de expressão

A liberdade de expressão é um direito natural do ser-humano, um “poder” completamente livre, conhecido nas sociedades democráticas. Ela surge como um atributo racional, uma vantagem inerente de todos. José Afonso da Silva (1998) menciona a liberdade de expressão como “a possibilidade de exteriorização do pensamento em seu sentido mais amplo”. Isto é, ela se confunde com a própria liberdade de ideias, o que implica dizer que pode ser entendida como um conjunto de direitos relacionados às liberdades de comunicação. Conforme Iolanda Rodrigues de Brito:

A liberdade de expressão em sentido amplo compreende vários direitos globalmente designados por liberdades da comunicação, onde se integram, nomeadamente a liberdade de expressão em sentido estrito (denominada, por vezes, liberdade de opinião), a liberdade de informação, a liberdade de imprensa, os direitos dos jornalistas, a liberdade de radiodifusão (...), o direito de resposta, os direitos de antena, de resposta e de réplica política, a liberdade de criação cultural e a liberdade de aprender e ensinar. (BRITO, 2011, p.120)

O termo “liberdade de expressão” se refere à livre manifestação de diferentes vozes, possibilitando o indivíduo emitir suas opiniões e ideias ou expressar atividades intelectuais, artísticas, científicas e de comunicação, sem interferência ou eventual retaliação do governo. O artigo 13 do Decreto N° 678, intitulado como Pacto San Jose da Costa Rica (1992) defende este conceito:

Toda pessoa tem direito à liberdade de pensamento e de expressão. Esse direito compreende a liberdade de buscar, receber e difundir informações e ideias de toda natureza, sem consideração de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer outro processo de sua escolha. (DECRETO n. 678, 1992, p. 7)

Ela é uma conquista para todos, pois garante dignidade básica humana individual e colabora para o funcionamento do estado democrático. Devido a sua importância, a liberdade de expressão também está presente na Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Organização das Nações Unidas (ONU), no artigo 19, que define esse direito como a liberdade de emitir opiniões, ter acesso e transmitir informações e ideias, por qualquer meio de comunicação:

Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, este direito implica a liberdade de manter as suas próprias opiniões sem interferência e de procurar, receber e difundir informações e ideias por

qualquer meio de expressão independentemente das fronteiras.
(ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1948, p. 5)

Ela também é assegurada na Constituição de 1988, que garante a livre manifestação do pensamento e a liberdade de expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença.

Sua problemática adquiriu relevância com o advento da modernidade, como um princípio democrático. Além disso, os meios de comunicação assumiram um importante papel em sua difusão. A mídia sempre exerceu uma posição fundamental na sociedade, afinal, ela sempre reuniu as diversas possibilidades de manifestações e liberdade de pensamento, constituindo-se como uma fonte de poder arbitrária às já existentes. É por meio dela que qualquer indivíduo tem acesso aos mais variados fatos, despertando na consciência pública ideias de democracia e independência.

Entretanto, como qualquer outro direito, seu exercício, apesar de ser fundamental, não é ilimitado. Todo abuso e excesso, especialmente quando verificada a intenção de injuriar, caluniar ou difamar, pode ser punido conforme a legislação Civil e Penal. A preservação desse direito é assegurado em todos os ambientes e meios de comunicação, inclusive, nos espaços digitais.

1.2 Liberdade de expressão na história

Na história, a liberdade de expressão assume um importante papel como uma conquista fundamental. Todavia, até que se consolidasse como um direito essencial, ela passou por uma série de regimes ditatoriais.

No mundo contemporâneo, uma das primeiras leis a se tratar sobre a liberdade de expressão foi sancionada na França, no ano de 1789. A Declaração de Direitos do Homem e do Cidadão foi inspirada na declaração da independência americana e no espírito filosófico do Século XVIII, concedendo aos franceses direitos “naturais e imprescindíveis”, como, por exemplo: liberdade, segurança e resistência. Esta declaração pode ser considerada como um ato decisório que pôs fim no Regime abatido pela Revolução Francesa, servindo como inspiração para que todos lutem por sua autonomia.

Em 1791, outras publicações, como a Constituição dos Estados Unidos da América, tiveram sua participação na importante função de impedir que as autoridades da época impossibilitassem manifestações da população. Entre os principais benefícios, o documento protege a liberdade de expressão e religiosa, além de proibir busca e apreensão sem justificativas plausíveis.

Essas Leis contribuíram para que, em 1948, a Organização das Nações Unidas (ONU) universalizasse esse direito através da Declaração Universal dos Direitos Humanos. Este texto sintetiza e condiz a aplicação dos direitos de todos os cidadãos. Essa declaração é descendente de um progresso, que tem alcançado uma grande visibilidade, colocando-se como objeto primordial na continuidade da luta pelo direito à liberdade.

1.3 Liberdade de expressão como um direito no Brasil

No Brasil, a liberdade de expressão é prevista como um direito constitucional, segundo o art 5º da Constituição Federal de 1988. Ele deixa bem explícito que todos os cidadãos são livres para emitir suas opiniões.

Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;
IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independente de censura ou licença;
LII - não será concedida extradição de estrangeiro por crime político ou de opinião. (BRASIL, 1988, pág. 14).

Ou seja, toda manifestação de pensamento é livre e qualquer proibição é tida como inconstitucional. Entretanto, para chegar ao estado atual, ela passou por uma série de reviravoltas. Isso porque nos tempos do império, os líderes não compactuam com sua ideia, chegando, em alguns casos, a impor, de forma violenta, o silêncio da população.

Em 1927, durante o governo de Washington Luis, entrou em vigor a “Lei Celerada”, que autorizava o fechamento de meios de comunicação que propagassem ideias contrárias ao que era pregado pela governança. Além disso, era

considerado crime qualquer manifestação que incitasse revolta dos trabalhadores contra os empregadores.

Com a principal função de informar a população e combater atos contraproducentes ao desenvolvimento coletivo, a imprensa atribui ao público o poder de voz, liberdade de pensamento e o desejo de democracia plena. Tais atributos a fizeram alcançar uma importante posição na sociedade brasileira.

Até a Proclamação da República, em 15 de novembro de 1889, o acesso à informação no território brasileiro era totalmente limitado pelo monarca ou imperador, o que impactava diretamente no direito de expressar opiniões, pensamentos e ideias. Porém, mesmo com as mudanças, o exercício da liberdade de expressão em solo nacional foi construído entre trancos e barrancos. E só depois de um longo percurso, o direito, de fato, se tornou inerente no país, como um pilar fundamental para o estado democrático.

O início do presidencialismo no Brasil marca a história da liberdade de expressão por meio de duas constituições, em 1891 e 1934. Ambas previam o fim da censura no país. A primeira, institui a forma federativa de Estado e republicana de governo, que estabeleceu independência dos três poderes, separação de igreja e estado e outras inovações.

Já a segunda, sob o comando de Getúlio Vargas, teve como grande triunfo a concepção Justiça Eleitoral e da Justiça do Trabalho e de leis trabalhistas. Três anos depois, em 1937, o país vive sua primeira ditadura, onde qualquer informação era administrada pelo governo, cercando, assim, a liberdade de expressão dos cidadãos.

É impossível falar da liberdade de expressão no Brasil sem citar o golpe de 64, que durou 21 anos. Durante esse período, o governo tinha a pretensão de controlar a população, exigindo que todos tivessem um pensamento positivo com o governo militar, gerando muita perseguição, tortura, mortes e o impedimento do exercício de algumas profissões. No artigo “o limite da liberdade de expressão”, Daniel Moreira faz um panorama para explicar esse momento:

Os veículos de imprensa e os artistas e escritores passaram por uma censura prévia para verificar se aquele conteúdo não infringia alguma lei. De tal modo que antes de publicação ou exibição de uma notícia, uma ação

teatral e uma música, havia a necessidade de se passar por um censor. Se a violasse deveria ser censurada. (MOREIRA, 2019, pag. 05)

Para que coisas desse porte não voltem a acontecer, durante a redemocratização do Brasil, com a constituição de 1988, notou-se a necessidade de garantir, de maneira clara e objetiva, a livre manifestação de pensamentos e a liberdade de expressão.

1.4 Discurso de ódio ou liberdade de expressão?

Expressar é um ato de expor pensamentos, opiniões, desejos e impressões. Como diz Nuno Sousa (2019), “consiste no direito à livre comunicação espiritual, no exercício de fazer conhecer aos outros o próprio pensamento”. Entretanto, o ofício não é absoluto. Por mais que tentem assegurar a liberdade de pensamento e expressão, alguns discursos revelam-se um grande afronte a dignidade da pessoa humana.

Toda e qualquer propagação de ideias que gerem segregação ou o ferimento de algum segmento da sociedade é intitulado como discurso de ódio. Esse sentimento de superioridade pode despertar uma série de desrespeitos a direitos. No artigo “Liberdade de expressão e discurso de ódio”, Andrade (2021) ressalta que ação pode ter efeito individual ou coletivo:

O discurso de ódio pode ter como alvo uma ou mais pessoas específicas, integrantes de um grupo social e exatamente porque façam parte desse grupo. Pode, também, ser dirigido contra todo um grupo de pessoas identificadas por características comuns, tais como raça, nacionalidade, etnia, crença religiosa, orientação sexual. (ANDRADE, 2021, pág. 05)

A dificuldade de delimitar um conceito para definir um discurso de ódio ocorre pelo fato de que ele pode ser apresentado de várias formas, podendo ser explícito ou não e nos mais diferentes segmentos da sociedade. No artigo "Discurso de ódio: liberdade de expressão ou violação dos direitos humanos?" Luiza Quadros da Silveira e Rosane Leal pontuam que:

o discurso de ódio se configura como tal por ultrapassar o limite do direito à liberdade de expressão, incitando a violência, desqualificando a pessoa que não detém as mesmas características ou que não comunga das mesmas ideias, e ao eleger o destinatário como “inimigo comum” incita a violência e seu extermínio, o que fere frontalmente o valor que serve de sustentáculo para o Estado democrático de direito, qual seja, a dignidade da pessoa humana (SILVA e BOLZAN, 2012, pág. 12)

Portanto, o discurso de ódio torna-se um problema social que respinga em todas as dimensões da vida humana. O debate é longo e complexo, mas uma coisa é certa: esse tipo de discurso é uma forma de violar o direito de outros, além de potencializar outras formas de violência.

1.5 Limites da liberdade

Embora a liberdade de expressão seja um direito constitucional, sendo totalmente indispensável para o bom progresso da democracia, se observa diversas limitações desse bem. Sem ela, não haveria ambientes propícios para debates, muito menos a livres manifestações. Celso Ribeiro Bastos (1994) entende que a liberdade de expressão é aquela de que permite o indivíduo desfrutar do direito de “se expressar livremente, sem perturbar, porém, os direitos legítimos dos demais”.

Há quem defenda esta garantia precedendo qualquer constituição, por outro lado, alguns grupos acreditam que manifestações ofensivas não entram nesse contexto. Todavia, como qualquer outro direito, ele pode sofrer restrições.

Qualquer pessoa pode expressar publicamente seus pensamentos, desde que não ameace terceiros. Não se condena ninguém, civil ou criminalmente, por ideias, mas sim pelo excesso, quando fere princípios fundamentais, tais como: injúria, calúnia, difamação, etc.. o que, de maneira alguma, deve ser confundido com liberdade de expressão. O ofensor poderá ser penalizado tanto na esfera criminal quanto cível, com aplicações de penas específicas ou ser condenado a pagar multa de indenização. É pertinente pontuar que essas penas também são cabíveis ao ambiente digital. Seguindo esse pressuposto, Puccinelli (2012) preceitua:

Deve-se ressaltar, no entanto, que a liberdade de expressão do pensamento não configura um direito absoluto, mormente porque numa sociedade plural como a nossa os indivíduos ostentam opiniões divergentes que hão de ser respeitadas. Assim, a pretexto de defender um ponto de vista qualquer, não pode uma pessoa física ou jurídica disseminar notícias falsas ou externar juízo depreciativo sobre certo indivíduo ou grupo de pessoas, sob pena de se sujeitar ao direito de resposta e arcar com eventuais danos morais e materiais causados. (PUCCINELLI, 2012, p. 220)

Portanto, infere-se que o limite da liberdade de expressão seria a responsabilização por eventuais condutas. Assim, ela deve basear-se na proteção da pessoa humana.

Desse modo, impor limites, em decorrência dos excessos, não deve se caracterizar como censura. Instituir responsabilização pela extrapolação também é um importante meio para garantir o bom funcionamento da democracia.

1.6 O Preconceito, a discriminação e a intolerância

O preconceito, a discriminação e a intolerância não são nenhuma novidade na sociedade e, diariamente, perpassam diversos âmbitos da vida coletiva. Suas origens são marcadas por contextos e fases evolutivas, principalmente no Brasil.

Conviver com as diferenças nem sempre é uma tarefa fácil, afinal a população mundial está se aproximando a oito bilhões de habitantes. Isso quer dizer que são milhares de pessoas com crenças, valores, opiniões e vivências distintas. Muitas dessas diferenças resultam em violência e, até mesmo, em infrações.

De acordo com Bitencourt (2008), nos dias de hoje, em muitas ocasiões, crimes por desigualdade, discriminação e preconceito são imprescritíveis e inafiançáveis, sujeitos à pena de reclusão.

Diferente do que muitos pensam, os três termos possuem significados diferentes e nem sempre estão relacionados entre si.

Do latim “tolerare”, a origem da palavra tolerar tem o sentido de suportar ou aceitar o que não se quer ou o que não se pode impedir. Desse modo, intolerância é o oposto disso: é não acolher e aquilo que se discorda, sendo considerado como uma raiz do preconceito. A dificuldade em aceitar as diferenças faz com que o indivíduo veja uma ameaça naquele que não é semelhante. Como consequência, podemos constatar o isolamento e a exclusão histórica de minorias, como negros, gays e índios.

De acordo com Dallari (2009), a intolerância é uma das características da nossa época, que faz a sociedade ser cada vez mais materialista e competitiva, deixando de lado a empatia e solidariedade e abrindo espaço para o individualismo. Ela, ainda, ressalta que o fator motivador da intolerância é o egoísmo.

Já o preconceito é um problema social que surge de uma opinião formada de maneira antecipada e é considerado a face oculta da discriminação. Nada mais é do que atitudes negativas para com um grupo ou seus componentes individuais. O preconceituoso emite um julgamento antes de conhecer o fato ou pessoa, tendo a ser desprovido de fundamento ou racionalidade. Ainda nas palavras de Dallari (2009), preconceito significa:

Ter ideia formada sobre alguma coisa que ainda não se conhece, ter uma conclusão antes de qualquer análise imparcial e cuidadosa. Na prática, a palavra preconceito foi consagrada como um pré-julgamento negativo a respeito de uma pessoa ou de alguma coisa. Ter preconceito ou ser preconceituoso significa ter uma opinião negativa antes de conhecer o suficiente ou de obter os elementos necessários para um julgamento imparcial. (DALLARI, 2019, p. 13)

Com base nessa ideia, podemos determinar o preconceito como a opinião, geralmente negativa, sobre algo antes de entender os componentes que seriam necessários para uma crítica imparcial. Um ponto que merece atenção são os mecanismos do preconceito. Em muitos casos, o preconceituoso não consegue enxergar ou admitir que age dessa forma, afinal, o preconceito usualmente opera de forma sutil e sinuosa.

No jornalismo, a reprodução de visões estereotipadas corrobora para a formação de uma sociedade preconceituosa e intolerante. Um programa que veicula esse tipo de perspectiva apresenta ao telespectador um perfil distorcido do corpo social.

A discriminação, diferentemente do preconceito, depende de um ato ou conduta que resulta na violação de direitos com base na raça, sexo, idade, estado civil, deficiência física ou mental, opção religiosa e outros. Isto é, tira do indivíduo o direito de ser quem ele é e o impede de exercer seus direitos como cidadão, segregando e impossibilitando o acesso a situações.

Em 1951, a Lei Afonso Arinos foi criada uma lei no Brasil a fim de minimizar os fatos discriminatórios e atos racistas. Entretanto, percebe-se que apesar da evolução social e racional das relações, o preconceito, a discriminação e a intolerância são problemas atuais e mundiais, que, infelizmente, estão longe de chegar ao fim.

1.7 Reflexos do discurso de ódio na imprensa

O vínculo entre liberdade de expressão e imprensa é essencial para alargar as mais variadas manifestações de ideias, discussões e diálogos, que encorajam a sociedade à mudança. Se utilizados de maneira correta, os meios de comunicação não só podem colaborar no combate à intolerância, como podem sensibilizar e educar a sociedade sobre o tema. Quando manuseados de modo sem consciência, os canais podem ampliar visões distorcidas e dar vozes a discursos discriminatórios. Sobre isso, Indiara Liz Fazolo Pinto (2002) pontua:

A imprensa tornou-se, então, um verdadeiro poder social, podendo influenciar negativa ou positivamente a comunidade em que está inserida. De maneira positiva, contribui para a socialização dos cidadãos, evitando que certos grupos caiam no isolamento, promovendo o intercâmbio cultural. Por outra via, pode se tornar maléfica ao uniformizar as opiniões, massificando a linguagem e os costumes. Isso ocorre em razão de interesses comerciais, despreocupados com o cidadão, que têm como único objetivo atingir um maior número de pessoas, a despeito da qualidade da informação transmitida. (PINTO, 2002, pág.205)

Em muitas regiões, a televisão e rádio monopolizam a formação de uma parcela considerável da população, que diariamente assiste ou escuta, de maneira passiva, a muita violência, crimes e tragédias, relatadas, por alguns, de forma sensacionalista, colocando à prova o imaginário do receptor da informação.

Discursos maliciosos, que são comunicações intencionais que contêm elementos enganosos, prejudiciais, falsos ou destinados a causar danos a indivíduos, grupos ou instituições, invadem redações, estúdios e sets disfarçados de liberdade de expressão, o que levanta uma problemática ainda maior, que é quando o jornalista utiliza do seu privilégio para disseminar falas provocativas aos mais variados grupos sociais.

O artigo 6º do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros determina que é dever do jornalista se opor ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Logo, a principal função do jornalista é denunciar e se opor a qualquer prática que seja indiscriminatória.

Não é de hoje que a imprensa é cobrada por ações contra o discurso de ódio. Na prática, o trabalho do jornalista é certificar que toda pessoa tem direito a

uma voz. No dia a dia, em alguns casos, essa voz não só é silenciada, como é ofendida.

Cada vez mais, surgem casos de profissionais que apoderam-se de seu ofício de crítico e extrapolam os limites, disseminando preconceitos, ignorância e ideias intolerantes, indo contra a todos os princípios éticos da área.

Apesar de todos os pesares, é pertinente também levar em consideração que, em determinadas situações, ainda que poucas, o jornalista, devido a sobrecarga de função, se vê sem tempo ou desprovido de meios suficientes para analisar os fatos com consistência. Alguns, distantes da realidade que noticiam, são obrigados a recorrerem a opiniões redundantes, rasas e intolerantes.

Independente do canal, a imprensa de qualidade sempre será um importante meio para a criação de ideias e pensamentos. E, em nenhum campo, o discurso de ódio deve ser confundido com liberdade de expressão.

2. A cultura do grotesco no jornalismo

2.1 Ética no jornalismo

Em qualquer profissão ou atividade, a ética é o que permeia o bom funcionamento das coisas. Ela se denomina como um conjunto de normas, que determina os limites nas práticas ou ações. O que não é diferente no jornalismo, sem ela, a área se tornaria um lugar sem regras e anárquico, colocando em risco a reputação da profissão e a credibilidade dos meios de comunicação. Conforme pontua Cornu (1998), sem a ética e princípios morais, o jornalismo seria desorganizado, havendo divergências entre jornalistas e outros que insistem em manipular informações.

Para que o exercício da profissão fosse desempenhado de forma íntegra e responsável, ao longo da história, surgiram documentos com intenções de servir como base para os profissionais do ramo. Christofolletti (2007) explica que:

Códigos de ética são importantes. Se eles são eficientes ou não, esta é uma outra questão. O fato é que esses documentos, além de sinalizar condutas adequadas, são manifestações públicas dos valores que regem certas atividades humanas. Neste sentido, quando um grupo profissional elabora um conjunto de regras para orientar as condutas de seus membros, não há ali tão somente um esforço para normatizar atitudes, mas também mostrar à sociedade que aquela categoria cultiva e se apóia em alguns valores. Que se preocupa com isso e que torna público esse cuidado.

Os primeiros Códigos Éticos de jornalismo começaram a aparecer por volta dos anos de 1916 e 1923, na Suécia. Em 1983, foi a vez do Reino Unido criar seu código de conduta, denominado como “National Union of Journalists”. No Brasil, os debates sobre o tema no jornalismo adquiriram relevância em 1949, quando foi criado o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Nele, estão descritos um conjunto de procedimentos éticos que conduzem as atividades jornalísticas no país.

Em 2007, o documento passou por uma atualização. Na revisão, foi acrescentado mais um capítulo e a diminuição de alguns artigos, passando de 27 para 19. O que não implica com a redução do documento, pelo contrário, ele passou a ser mais elaborado, como pontua a Christofolletti (2007):

À primeira vista, comparados o código atual e o de 1986, pode-se notar que a versão que saiu de Vitória é mais enxuta, já que o documento passou de 27 para 19 artigos. Vã ilusão. Na verdade, o novo código é

mais amplo que seu antecessor e combina conteúdos [...], fundindo artigos, o que dá a impressão de uma peça mais sintética.

Com as novas atualizações, tornou-se proibido o uso de câmeras escondidas com o objetivo de obter mais informações, além de destacar o papel do profissional como propagador da notícia, banindo atos que venham manipular ou distorcer fatos. Percebe-se, então, que essas correções serviram para atualizar a área perante o surgimento de novas tecnologias e equipamentos.

O código de ética do jornalismo desempenha um papel fundamental na orientação e regulação da conduta dos profissionais da área, ele tem como objetivo preservar a credibilidade do jornalismo como uma instituição confiável. Ao aderir aos princípios éticos, os jornalistas demonstram seu compromisso com a busca da verdade, a precisão dos fatos e a apresentação imparcial das informações. Isso fortalece a confiança do público na mídia como um todo.

O novo código de ética também pontua que é papel do jornalista oferecer à sociedade os fatos, sem que haja julgamentos ou interesses próprios. O jornalismo ético deve assegurar aos cidadãos informações objetivas e verdadeiras. Para isso, é preciso entender a responsabilidade de entregar à sociedade o que ela tem direito. Branco (2009) destaca a importância dos jornalistas conhecerem e cumprirem o código de ética.

Ele (jornalista) tem ao seu dispor um código que lhe permite saber quais os seus direitos e deveres, ou seja o chamado código de honra dos jornalistas. Tem também ao seu dispor o chamado código deontológico, que possui pontos essenciais para que o jornalista não viole os valores socialmente protegidos e defendidos, pois não causa admiração se se disser que o jornalista é produtor de opinião pública. (BRANCO, 2009, p.86)

Ainda falando sobre o papel do jornalista, conforme o inciso XIV do artigo 6º do Código de Ética do Jornalista, é dever do profissional combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza. Além de evitar a divulgação de fatos com interesse ou favorecimento pessoal ou vantagens econômicas e de caráter mórbido contrário aos valores humanos, como menciona o artigo 11º, inciso I.

Nos dias atuais, a disputa acirrada pela audiência e monopólio dos meios de comunicação tem afastado a conduta ética do jornalismo e oferecido ao público informações de má qualidade. Também é importante trazer em pauta que a aceleração da tecnologia, novos meios de se comunicar e a busca pela informação em tempo real está gerando uma crise ética nesses canais, uma vez que a falta de apuração pode ocasionar impasses éticos e infrações ao código de ética. Sobre isso, Branco (2009) também pontua:

A cobertura mediática do acontecimento incorpora-se no próprio acontecimento, reduz o jornalista ao papel de vigilante, encarregado de vigiar a regularidade dos dados. O essencial é transmitir a informação que o sistema de comunicação fez chegar a todos os media e que se verificará só depois de divulgada, com o receio de perder o seu público. A falta de tempo, a urgência, a competição vertiginosa são os argumentos invocados nos casos de haver manipulação mediática. (BRANCO, 2009, p.84)

Por essas e outras coisas, é necessário que o código de ética do jornalismo seja conhecido e seguido por todos os profissionais e estudantes da área, para que todos entendam que além da audiência, repercussão e lucro das empresas, existem imagens e posturas a serem resguardadas. Sem esquecer que a melhor forma de prover a credibilidade jornalística é através de um trabalho sério e responsável.

2.1 Telejornalismo sensacionalista e a cultura do absurdo

A presença do sensacionalismo no jornalismo não é um fato novo. Apesar de fazer parte desde o seu surgimento da profissão, ele foi definido como gênero apenas no final do século XIX, como pontua Angrimani (1995):

No final do século XIX, no entanto, surgem dois jornais que vão moldar o gênero sensacionalista, dando-lhe características que ainda hoje são utilizadas: 'World' e 'Journal'. O 'New York World' era editado por Joseph Pulitzer, um inovador do jornalismo impresso. Pulitzer foi o primeiro a publicar um jornal em cores, utilizar 'olhos' (textos curtos colocados nos espaços em branco ao lado do logotipo do jornal) e a descobrir o filão que representavam reportagens em tom sensacional, cruzadas com apelo popular, amplas ilustrações e manchetes de igual tom sensacional. Em 1890, o 'World' já obtinha um lucro líquido de US\$ 1.2 milhão. Em editorial, Pulitzer comentava: "Nenhum outro jornal do mundo conseguiu a metade disso". (ANGRIMANI, 1995, p. 20)

Nesses jornais, como narra Angrimani, o sensacionalismo foi crucial para fazer com que as vendas dos mesmos obtivessem um aumento considerável. O apelo e o tom das publicações garantiam cada vez mais o sucesso das tiragens.

Esse fato fez com que as características sensacionalistas ganhassem força e fossem disseminadas mundo afora. Com isso, podemos afirmar que esse tipo de publicação ganhou notoriedade pelo fato de ser uma alternativa altamente lucrativa, tanto em monetização quanto em audiência.

Obviamente, essa técnica logo seria adaptada para os telejornais, que apoiam-se na emoção como um meio de prender a audiência, conforme pontua Trindade (2017):

O 'popular', apresentado pelo sensacionalismo, tem esse caráter justiceiro, mostrando essa luta entre dois lados. O fato é transformado em um folhetim. Há vilões, mocinhas e heróis. O apelo emocional dita a trajetória da narrativa. O telejornal utiliza de suas imagens e sons para construir uma estória que possa envolver seus telespectadores, instigar suas emoções. (TRINDADE, 2017, pag. 59)

A narrativa emotiva é empregada como instrumento para aproximar os telejornais da audiência. Essa característica ganhou força na televisão brasileira nos anos 90 e deu uma nova roupagem aos programas produzidos na época. Trindade (2017) acrescenta:

O foco era a exposição 'jornalística' da 'realidade nua e crua', com pausas dramáticas na narrativa dos fatos e a exibição de 'fatos chocantes' sem nenhum embaraço. A temática da violência tinha amplo espaço. O Aqui Agora pode ser considerado um dos grandes precursores do telejornalismo sensacionalista, que hoje pode ser representado pelo Cidade Alerta e Brasil Urgente, por exemplo. (TRINDADE, 2017, pag. 61)

Em suma, o tom exagerado utilizado é capaz de emocionar ou escandalizar. O termo sensacionalista é empregado como o uso do sensacionalismo, a notícia sensacionalista e o jornal sensacionalista. A linguagem utilizada é clichê, totalmente sem neutralidade e precisa causar impacto. Ainda de acordo Angrimani, esse tipo de jornalismo não permite moderação:

O clichê retrata o emocional, que busca insistentemente uma saída para a consciência, caracterizada pela forma repetitiva de agir. É também característica do clichê que essas imagens de felicidade, de

agressividade, com as quais o receptor se identifica, não se aproximem da experiência real vivida pelas pessoas (ANGRIMANI, 1995, p 40).

O sensacionalismo, além de ser um conjunto de estratégias apelativas, extrai, do fato da notícia a sua carga emocional e a valoriza. Suas principais características são: o exagero e o enaltecimento da emoção. A humanização da narrativa faz com que a pessoa que está recebendo a informação reviva o acontecimento como se fosse ele próprio autor do que está sendo exposto.

Nesse gênero, mais importante que o assunto, é a manchete, que tem por função atrair o leitor ou telespectador, gerando curiosidade naquilo que já foi anunciado. Elas devem chocar, provocar emoção e despertar algo em que a está recebendo. A linguagem utilizada quase sempre é exagerada, com excesso de gírias e alguns termos inapropriados.

A imprensa sensacionalista não se presta a informar, muito menos a formar opinião com justiça e transparência. Infere-se, portanto, que esse formato está intimamente ligado à busca do lucro com a divulgação de escândalos e crimes.

2.3 Sikera Jr. e a comunicação do grotesco

José Siqueira Barros Júnior, mais conhecido como Sikêra Júnior, nasceu em Palmares, região da Mata Sul de Pernambuco, em 1966. Sua história com a comunicação iniciou-se aos 14 anos na Rádio Cultura dos Palmares. Ainda em Pernambuco, trabalhou em outras rádios da região e na Globo Nordeste. Em 2000, ingressou como repórter da TV Ponta Verde, afiliada do SBT em Alagoas. Mas foi só em 2016 que o apresentador viralizou nas redes sociais, após jogar uma "praga" contra os usuários de maconha.

A carreira de Sikêra Júnior continuou em ascensão chamando atenção dos telespectadores pelas suas trapalhadas pensadas e feitas ao vivo, que logo viraram memes e tomaram a internet. O sucesso foi tanto que em 2017 ele ganhou um programa com o nome Programa do Sikêra. Atualmente, durante a produção desse trabalho, o radialista é apresentador do Alerta Nacional, na TV A Crítica, em Manaus. Indo além das telas da televisão, ele fez uma participação

em Exterminadores do Além contra a Loira do Banheiro, filme que tinha como elenco Léo Lins, Danilo Gentili, Ratinho, Murilo Couto, Dani Calabresa e Pietra Quintela.

Nas redes sociais, o apresentador coleciona números impressionantes. São mais de 6,6 mi no instagram, 1,2 mi no twitter, 207 mil seguidores no facebook e 5,38 mi de inscritos em seu canal no youtube, que participam ativamente em tudo que é postado e chegam a compartilhar o conteúdo. Tal observação reflete em uma repercussão notória dos discursos proferidos por Sikêra, que antes eram limitados apenas a TV e hoje recebem participação mundial através dos canais on-line.

Com uma grande velocidade de propagação de informações, os meios digitais possuem um enorme potencial de disseminar informações, atravessando limites geográficos, como explica Adriano Rodrigues (2004):

As fronteiras geográficas tradicionais são expandidas, surgem as fronteiras informativas (independem da distância, da história comum, da partilha de um mesmo território). A instantaneidade da presença simultânea de todos a todos neutraliza as modalidades tradicionais de gestação longa das comunidades humanas. (RODRIGUES, 2004, p.209)

Fazendo uma análise do posicionamento do comunicador, é perceptível a falta de preparação e ética jornalística, o que reflete diretamente no conteúdo que é apresentado aos telespectadores. Tais atitudes e discursos buscam deixar os programas cada vez mais atrativos e aumentar sua repercussão. A estruturação das edições não seguem a linha tradicional dos telejornais. Junto a isso, Sikera Jr. conduz o roteiro com perfil carismático, fator que contribui para os altos níveis de audiência.

Os envolvimento em polêmicas são coisas habituais na vida de Sikera. Um dos primeiros episódios, foi em 2018 quando o mesmo afirmou que mulher que não pinta as unhas é nojenta e sebosa. Em 2020, o pernambucano entrou em embate com a imprensa após o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Amazonas (SJP-AM) divulgar uma nota de repúdio contra uma declaração do profissional, que alegava existir muito esquerdista nas redações de televisão e que eles seriam retirados, pois estariam atrapalhando o país com críticas.

Durante a pandemia, em várias edições do Alerta Nacional, ele apresentava um posicionamento contra o isolamento social, minimizando a doença. Em alguns casos, chegou a defender tratamentos sem eficácia comprovada contra a Covid-19, como a cloroquina.

Ainda em 2020, a conta do Facebook de Sikêra foi deletada, pois estaria violando as diretrizes da rede social. Em sua defesa, o apresentador afirmou que estaria sendo vítima de censura da empresa. Tempos depois, a conta retornou ao ar.

Tais constatações levam a reflexão sobre a importância da formação dos jornalistas, que tornou-se uma questão crucial para a credibilidade da classe e para a qualidade dos conteúdos propagados. Sobre isso, Graças Caldas (2005) ressalta:

É preciso rediscutir o papel da imprensa e sua influência na formação das mentalidades, na memória individual e coletiva. A mídia, na verdade, é um recorte frágil e distorcido da realidade. Destrói a temporalidade da história na construção de fatos fragmentados, sem sentido, sem nexos, sem contexto. Condiciona não por o que informa, mas por de que modo informa. (CALDAS, 2005, Pág. 89)

Ao apreender o papel fundamental que a mídia exerce na sociedade moderna, os profissionais da imprensa precisam entender melhor a força dos veículos que têm em mãos para usá-los com maior responsabilidade.

2.4 “Como explicar” discursos intolerantes: Sikera Jr. e Burger King

Os discursos intolerantes são aqueles que promovem a discriminação, o ódio e a exclusão de determinados grupos com base em características como raça, etnia, religião, gênero, orientação sexual, origem nacional, entre outros. Esses discursos podem ser extremamente prejudiciais, perpetuando estereótipos negativos, incitando violência e prejudicando a convivência harmoniosa e igualitária entre as pessoas, como explica Rosane Leal:

O discurso de ódio deve manifestar discriminação, ou seja, desprezo por pessoas que compartilham de alguma característica que as torna componentes de um grupo. Essas pessoas são referidas como inferiores, ou ainda, são tidas como indignas da mesma cidadania dos emissores dessa opinião. (LEAL, Rosane, 2011, pag. 449).

Durante o mês de conscientização das causas LGBTQIAPN+, mais precisamente no dia 26 de julho de 2021, o então âncora do programa Alerta Nacional, da Rede TV, Sikêra Júnior, conhecido por diversas polêmicas, detonou a campanha feita pela Burger King, que exibia crianças normalizando o relacionamento homoafetivo.

A campanha publicitária chamada “Como explicar?”, de uma das maiores redes alimentícias do mundo, exibia crianças falando da causa, mostrando que entendiam e normalizavam relacionamentos entre pessoas do mesmo sexo. O trabalho, realizado com acompanhamento de especialistas em psicologia e diversidade, retratava o ponto de vista infantil quanto ao amor e ao respeito.

Na propaganda, o principal questionamento levantado era: “Nossa, como eu vou explicar a sigla LGBTQIAPN+ para as crianças?”. Em seguida, apareciam crianças e adolescentes, acompanhado por seus pais, compartilhando sua visão real sobre a diversidade e dando suas próprias opiniões sobre o tema. Além das falas, o vídeo mostra cenas dos envolvidos em momentos de afetividade familiar. Segundo Juliana Cury, diretora da marca no Brasil, em entrevista ao G1, as respostas foram completamente espontâneas, por meio de uma gravação sem roteiro. Em nota, a Burger King explicou a principal abordagem da campanha:

A companhia convida todas as pessoas a repensarem a forma como a diversidade é abordada dentro da sociedade, afinal, se as crianças conseguem explicar esse assunto de forma tão simples e empática, os adultos também conseguem. Além disso, a ótica infantil permite o vislumbre de um futuro melhor, mais tolerante e plural, tendo o respeito como premissa básica. (BURGER KING, 2021)

Em resposta ao comercial, o apresentador deu uma declaração bastante alarmante, utilizando termos como “nojentos” e “raça desgraçada” em seu discurso, para se referir à comunidade, reprovando diretamente a mensagem passada pela campanha. Indignado com o comercial, Sikera acusa a marca de pedofilia, declarando que tudo fazia parte de um plano para destruir famílias. Confira o discurso:

Isso é um absurdo, deixem as crianças serem crianças, vocês querem empurrar isso goela abaixo, com crianças de 6, 8 anos. Parem com essa ‘tara’. Vocês não tem filhos, vocês não vão ter, porque vocês não reproduzem. E agora querem acabar com a minha família e a família de todos. Vocês são nojentos, chegaram ao limite. Isso é um plano, que eu sempre falei, dessa raça desgraçada! Não me interessa o que você faz em quatro paredes, é um direito seu, do mesmo modo que

não interessa o que eu faço em quatro paredes, é um direito meu. Agora envolver crianças? Isso é pedofilia. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

Sikera, ainda, disparou uma fala intolerante contra o público homossexual, protagonista e alvo desse comercial, reprovando diretamente a mensagem passada pela campanha:

Como está descarado... Não conseguem convencer os adultos, agora viram que o Brasil está bem atento à sacanagem e a covardia, agora querem atacar as crianças. Livrai nossos filhos dessa lacração que não tem pai, não tem família, não tem filho, não reproduz, não procria, não contribui em nada". (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

O apresentador prosseguiu o discurso, atacando e provocando os donos da Burger King, ameaçando tomar atitudes radicais:

Será que o dono da empresa comunga com essa safadeza ou é só esse grupinho lá dentro que se reúne e diz: 'Vamos acabar com a família brasileira' (...) A criança está sendo usada. Um povo lacrador que não convence mais os adultos e agora vão usar as crianças. É uma lição de comunismo: vamos atacar a base, a base familiar, é isso que eles querem. Nós não vamos deixar. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

Não o bastante, o âncora do Alerta Nacional foi aumentando, cada vez mais, o tom de voz, incentivando a desinformação e culpando o material de disseminar pedofilia:

Vocês precisam de tratamento! Que tara é essa de pegar as crianças do nosso Brasil? A gente está calado, engolindo essa raça desgraçada, mas vai chegar um momento que vamos ter que fazer um barulho maior. Deixa a criança crescer, brincar, descobrir por ela mesma. O comercial é podre, nojento. Isso não é conversa para criança. O cara que criou essa campanha é um vagabundo. Nojo de vocês. Isso é pedofilia e abuso infantil. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

Por fim, Sikera Jr. produziu um discurso que a religião é um bem supremo, chegando a desejar o pior aos profissionais envolvidos na campanha e incentivar um combate entre pessoa com sexualidade distintas:

Preconceito existe, mas vocês é que estão querendo dizer à pulso que isso é normal. Não é! Da vida do homem de bem e da família tradicional brasileira, não é. Se deem ao respeito. Tudo maconheiro, usando as crianças. Jesus, só o seu castigo para colocar essas pessoas no lugar. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

É pertinente pontuar que o apresentador possui em seu histórico diversos casos de ataques a minorias. Outro fato voltado à população LGBTQIAPN+ foi quando declarou que "transgênero é uma pessoa que não

aceita o próprio nome, o próprio corpo, a própria voz, a própria vida, mas quer ser aceito por todo mundo".

Discursos como esses podem ter consequências graves, tanto em nível individual quanto coletivo. Eles podem alimentar o ciclo de discriminação e violência, dividir comunidades e prejudicar a coesão social. Promover o respeito, a inclusão, a diversidade e a igualdade são fundamentais para combater os discursos intolerantes e construir uma sociedade mais justa e harmoniosa.

O papel do comunicador, mais precisamente o jornalista, é informar de maneira imparcial e ética, respeitando os princípios do jornalismo, como a busca pela verdade, a precisão dos fatos e a promoção do debate público saudável. No entanto, em alguns casos, jornalistas, como o objeto de estudo deste presente trabalho, podem se envolver em práticas que propagam discursos de ódio. É crucial destacar que essas são exceções e não representam a conduta geral da profissão.

2.5 O preço do discurso

Para ORLANDI (200), o discurso é mais do que simplesmente uma sequência de palavras ou enunciados, é uma articulação de processos que se desenvolvem de múltiplas formas em situações sociais específicas, e é influenciado por relações sociohistóricas. Seu impacto é inegável. Quando bem elaborado e entregue de forma persuasiva tem o potencial de influenciar e inspirar pessoas, despertar emoções, transmitir ideias e valores, motivar a ação e, até mesmo, promover mudanças significativas na sociedade. Jeremy Waldron (2010, p. 1601) defende que o problema se instaura quando o pensamento ultrapassa os limites dando lugar à duradoura presença da palavra publicada.

O poder negativo de um discurso é uma realidade que também precisa ser reconhecida e combatida. Embora as afirmações possam ter um impacto positivo na sociedade, também podem ser usadas de forma prejudicial e perigosa.

Falas manipuladoras e desinformativas têm o poder de distorcer a verdade e influenciar a percepção pública. Elas podem ser usadas para enganar, manipular opiniões e promover agendas políticas, econômicas ou pessoais. Essa manipulação pode minar a confiança na mídia e nas instituições democráticas.

Manifestações públicas que estigmatizam e marginalizam certos grupos sociais podem reforçar estereótipos negativos, perpetuar a exclusão e a discriminação. Isso cria divisões na sociedade e impede a construção de uma comunidade inclusiva e equitativa, conforme explana Leal (2011):

Quando uma pessoa dirige um discurso de ódio a outra, a dignidade é vulnerada em sua dimensão intersubjetiva, no respeito que cada ser humano deve ao outro. Mas não só isso. No caso do discurso odioso, vai-se além: é atacada a dignidade de todo um grupo social, não apenas a de um indivíduo. Mesmo que este indivíduo tenha sido diretamente atingido, aqueles que compartilham a característica ensejadora da discriminação, ao entrarem em contato com o discurso odioso, compartilham a situação de violação (LEAL, Rosane, 2011, pag. 449).

É pertinente pontuar que os discursos influentes de figuras públicas podem ter impactos significativos. Quando uma personalidade midiática, como Sikêra Júnior, expressa sua opinião sobre uma determinada ação de uma empresa, como a Burger King, é totalmente previsível que suas palavras tenham repercussões, tanto positivas quanto negativas.

Tais afirmações podem minar a credibilidade dos jornais, especialmente quando esses discursos são promovidos por jornalistas ou veículos de imprensa. Eles afastam leitores e audiência, pois muitas pessoas não desejam apoiar ou se envolver com conteúdos que promovem ódio, intolerância e discriminação. Como resultado, os jornais podem perder leitores, assinantes e, consequentemente, receitas financeiras.

Após repercussão das falas criminosas de Sikêra a respeito do comercial, o apresentador perdeu uma parcela considerável de seus patrocinadores. De acordo com informações da jornalista Patrícia Kogut, em sua coluna no impresso O Globo, exatamente, 35 empresas cancelaram seus contratos de publicidade com a atração da RedeTV! após o ocorrido. Foi o caso de Hapvida, Tim, MRV, Magazine Luiza, Kicaldo Alimentos e Novo Mundo, que

deixaram claro não concordar com o posicionamento do apresentador. Até a Sorridents, que pagava R\$ 60 mil para o âncora do programa fazer merchandising, retirou sua colaboração financeira. Em nota publicada no dia 29/06/21, a empresa odontológica declarou:

A Sorridents, uma empresa que nasceu com o propósito de cuidar das pessoas e dos sorrisos dos brasileiros sem nenhum tipo de distinção, vem a público esclarecer que rompeu o contrato com o Programa Alerta Amazonas/Nacional e o apresentador Sikêra Jr. por conta das últimas citações do apresentador que ferem diretamente as convicções da marca, que é feita de gente que cuida de gente e que preza a todo momento pela igualdade e diversidade em todas as situações.

Além do prejuízo financeiro por parte dos patrocinadores, o Ministério Público assinou uma ação em conjunto com a associação Nuances – Grupo Pela Livre Expressão Sexual. Juntos, eles pediram que a Rede TV! e Sikêra Jr. fossem condenados a pagar R\$ 10 milhões de indenização por danos morais coletivos. O valor seria destinado à estruturação de centros de cidadania LGBTQIAPN+. Além disso, a medida solicitou a remoção da edição em questão e uma retratação pública por parte do programa.

Por meio de um comunicado oficial, a emissora se pronunciou sobre o caso: “Tal comportamento [do apresentador] não representa, de forma alguma, o posicionamento e o respeito da emissora à diversidade e população LGBTQIAPN”:

O respeito à diversidade sexual e a não discriminação de cor, raça, gênero ou religião é uma tradição dos 22 anos de existência da RedeTV!, que possui uma programação plural e políticas internas de inclusão no seu sentido mais amplo. O compromisso com a população LGBTQIA+ faz parte dos valores editoriais e empresariais da RedeTV!. A emissora reprovava veementemente todos os tipos de discriminação e preconceito. Nesse sentido, a RedeTV! vem a público manifestar condenação a qualquer expressão de homofobia. Queremos também agradecer a todos os nossos colaboradores por ajudarem a construir uma empresa cada dia mais forte e plural. No caso do lamentável episódio envolvendo o apresentador Sikêra Jr. às vésperas do Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+, o mesmo desculpou-se publicamente durante o programa da última terça-feira, reconhecendo o equívoco de suas declarações perante a todos que se sentiram justificadamente ofendidos e a todos seus telespectadores, o que certamente servirá para o seu aprimoramento pessoal e profissional. Mesmo assim, a RedeTV! ressalta que tal comportamento não representa, de forma alguma, o posicionamento e o respeito da emissora à diversidade e população LGBTQIA+. Entendemos que o exercício da tolerância e o respeito às diferenças são valores fundamentais numa sociedade democrática como a brasileira.

Dias depois de perder os patrocinadores e gerar revolta nas redes sociais, Sikêra Júnior resolveu se "desculpar", se apropriando do discurso “quem me conhece sabe”, ressaltando o quanto o próprio sofreu com a situação e reforçando que é um pai de família, mas deixou claro que não mudou de opinião em relação a propaganda:

Eu quero pedir licença aos meus colegas, aos meus diretores para falar algo que está me incomodando desde a última sexta-feira. Eu venho recebendo milhares, mas milhares de mensagens incomodadas com o comentário que fiz sobre um comercial que se utilizou de crianças, usam crianças para promover a diversidade sexual. Eu recebi apoio de muitos, mas também fui alvo de muitas críticas e ataques. Sei que colegas de trabalho, repórteres, que atuam neste canal, também foram atacados. Primeiro, eu quero deixar claro uma coisa, tudo que eu falo neste programa é de minha responsabilidade. Eu nunca fugi, não vai ser agora que eu vou fugir da minha responsabilidade. Digo e mantenho a minha palavra. Quem trabalha comigo sabe do profundo respeito que eu tenho por cada um. E não me importa sexo não, tá? Religião, cor da pele, aqui todo mundo é tratado com respeito, carinho e muito carinho. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

Desconsiderando a realidade de milhares de crianças, filhas de pais LGBTQIA+, o ancora continuou:

Eu desafio ainda qualquer um que me critica encontrar em outro jornal, policial ou não, tantos homossexuais trabalhando na frente, atrás das câmeras, como neste programa. Sem nenhum filtro, sem nenhuma orientação para se esconder. Eu faço questão de trabalhar com gente livre pra dizer o que pensa e se mostrar como são. Mas eu como pai, como avô, eu não posso me calar quando vejo crianças sendo usadas como peça publicitária para vender uma ideologia. Criança precisa brincar, criança precisa estudar, principalmente ser criança. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

Por fim, o apresentador, então, reconheceu que extrapolou no discurso:

O que eu tenho sofrido com essa situação... ninguém está imune de errar. Tenho a responsabilidade de pedir desculpas publicamente. Eu aprendi muito com essa lição. Eu vou seguir aqui na batalha para defender a família tradicional, pra defender as crianças, mas sem nunca desrespeitar quem pensa diferente de mim. Você que discorda, também é muito bem-vindo aqui. Não tem censura nesse programa... Eu falei como pai, falei como avô. Agora, eu quero falar com você. Você que diz que não assiste esse programa, mas essa mensagem vai chegar a você. A você que se sentiu ofendido. Eu lhe peço perdão, me extrapolei como nunca, revoltado com o que eu vi naquele comercial. Que continuo contra e aconselhando a todos os meus amigos pra não passar nem na frente. A minha opinião continua a mesma. Mas pra você que se sentiu ofendido, o que eu posso fazer agora como humano, como um pai de família, homem de bem, como respeitador é dizer assim: me perdoem. (JÚNIOR, SIKERA. 2021)

O discurso desempenha um papel de grande magnitude na sociedade contemporânea, influenciando atitudes, comportamentos e até decisões financeiras.

No entanto, também pode ser usado de maneira prejudicial, perpetuando estereótipos, promovendo o ódio e minando a confiança nas instituições. Nesse contexto, a regulamentação da profissão jornalística desempenha um papel fundamental na promoção do uso responsável do discurso. O Código de Ética do Jornalista, por exemplo, estabelece diretrizes e princípios que orientam o comportamento dos profissionais da imprensa. Essas diretrizes não apenas definem os limites éticos para o exercício da profissão, mas também reforçam a importância do jornalismo responsável na sociedade.

2.6 O impacto do discurso no século XXI

Seja narrativo, opinativo ou construtivo, o discurso no século XXI tem um impacto significativo na sociedade devido à rápida disseminação e acessibilidade das informações através das plataformas digitais. Uma única mensagem pode se tornar viral e ter uma repercussão generalizada em questão de minutos. Ele também pode contribuir para a polarização da opinião, uma vez que as pessoas possuem a tendência de se agrupar com outras que compartilham pontos de vista semelhantes, formando "bolhas" ideológicas. Isso pode levar a um diálogo limitado, falta de compreensão e aumento do conflito social. PELLIZZARI (2019) explica:

Desde o surgimento da internet as comunidades virtuais foram criadas com o intuito de aproximar aqueles que pensam igual, sem mais a barreira física ou geográfica. A diferença dessas bolhas pretéritas para as sociais modernas é a escolha voluntária do usuário de se juntar aquela comunidade, sem a influência direta de um algoritmo, como decorre do advento informático. (PELLIZZARI, Bruno, 2019 ,pág., 61)

A rápida propagação de informações e notícias nas redes sociais pode dificultar a verificação de fatos e promover a propagação de informações falsas ou imprecisas. Isso pode levar a uma desinformação generalizada e minar a confiança do público nas fontes de informação, como pontua Barros (2016):

A internet dá maior tonicidade e intensidade a alguns atributos da fala, como a interatividade, e, ao mesmo tempo, aumenta a extensão e o alcance comunicacional da escrita.são essas as características de base dos discursos na internet -interatividade exacerbada, longa duração ou permanência dos discursos e grande extensão de seu alcance comunicacional e elas decorrem, principalmente, da complexidade entre a fala e a escrita, mas também de outras formações de termos complexos (BARROS, Diana, 2016, pag. 12)

Além disso, Barros coloca a responsabilidade tanto nos indivíduos quanto nas instituições de mídia e nas plataformas digitais. As pessoas são encorajadas a serem críticas ao consumir informações e a contribuírem para um discurso saudável e construtivo, que é uma forma de comunicação que promove respeito, empatia e diálogo. As instituições de mídia e as plataformas digitais também devem assumir a responsabilidade de promover a transparência, a veracidade e a diversidade de vozes.

Por outro lado, o discurso no século XXI também oferece oportunidades para vozes marginalizadas e minoritárias serem ouvidas. As plataformas digitais permitem que indivíduos e comunidades compartilhem suas perspectivas e experiências de forma mais ampla, desafiando narrativas dominantes e promovendo a inclusão.

O discurso tem um impacto significativo na sociedade, tanto positivo quanto negativo. É importante que as pessoas sejam conscientes do poder de suas palavras, busquem informações confiáveis e promovam um discurso construtivo e inclusivo para um futuro mais informado e harmonioso.

2.7 Repercussão na mídia

O comercial do Burger King com o tema: “COMO EXPLICAR? APRENDA LGBTQIA+ COM QUEM SABE (2021)” retrata, de forma sensível e lúdica, a busca das crianças por compreender e transmitir a mensagem de que o amor e a individualidade são valores essenciais, independentemente da orientação sexual ou identidade de gênero. No filme, os pequenos relatam as suas experiências em conviver com um modelo de família não tradicional, uma família que é composta por um casal de gays ou de lésbicas.

O material produzido mostra como é viver em uma família com pais homoafetivos, a partir da ótica infantil dos filhos, que convivem nesses novos modelos de família. A ideia do comercial é normatizar os novos arranjos familiares, a partir da união de duas pessoas do mesmo sexo.

A fala de Sikêra Júnior, que apresentava um programa jornalístico, repercutiu de forma negativa na grande mídia, que repudiou a atitude do âncora. A postura do apresentador da RedeTV! feriu o código de ética dos profissionais jornalistas e podemos ver isso ao citar o artigo 12, inciso III, *in verbis*: “O jornalista deve: tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”. Dessa forma, percebe-se que as palavras que Sikera usou são de cunho sexual e pejorativos, que não podem ser pronunciadas por nenhum jornalista quando esta está no exercício legal de sua profissão. O jornal metrópoles publicou a seguinte matéria: Sikêra Jr. se descontrola ao falar de comercial LGBTQIA+: “Nojentos”, o conteúdo assinado pela Jornalista Ranyelle Andrade, disse que:

Sikêra Júnior destilou todo seu preconceito contra a comunidade LGBTQIA+ nessa sexta-feira (26/6) ao comentar a campanha publicitária do Burger King, que mostra crianças falando com naturalidade sobre relacionamentos homoafetivos. “Vocês não têm filhos, vocês não vão ter filhos. Vocês não reproduzem, não procriam, querem acabar com a minha família e com a família dos brasileiros. Vocês são nojentos. Agora... Envolver crianças? Isso é pedofilia”, iniciou o apresentador. O show de preconceito seguiu com várias ofensas. “Não é normal rapaz. Pode ser pra você e seu macho dentro da sua casa. Mas na vida do cidadão brasileiro, cidadão de bem, da família tradicional nunca. Se quer dar o rabo, dê. Mas não leve as crianças não. Raça do cão. Tudo maconheiro”, disparou. A sequência de falas de Sikêra Jr. revoltou os internautas. O ativista Antônio Isupério chegou a abrir uma representação nos ministérios públicos Federal (MPF) e do estado do Amazonas (MPAM) contra o jornalista. Ele acredita que os indícios são suficientes para que Sikêra seja preso.

Ainda nessa direção, o do portal Terra RD1 destacou a seguinte matéria, “Sikêra Jr ofende homossexuais e acusa propaganda da Burger King de pedofilia“, assinada pelo jornalista Matheus Henrique Menezes, publicado em 26 de março de 2021:

Sikêra Jr já causou diversas polêmicas com suas opiniões que passam longe de serem politicamente corretas. O apresentador do Alerta Nacional detonou a campanha da Burger King, acusou os empresários de pedofilia e deu um show de homofobia num discurso feito na sexta-feira (25). O jornalista disparou contra o público LGBTQIA+, protagonista e alvo desse comercial, reprovando diretamente a mensagem passada e os acusando de quererem destruir a família: “Como está descarado... Não conseguem convencer os adultos, agora viram que o Brasil está bem atento à sacanagem e a covardia, agora querem atacar as crianças. Livrai nossos filhos dessa lacração que não tem pai, não

tem família, não tem filho, não reproduz, não procria, não contribui em nada”

Grande parte do público online repudiou o discurso irresponsável do apresentador, como a matéria do jornal Extra: “Falas homofóbicas de Sikêra Jr não param de repercutir nas redes, e apresentador perde mais patrocinadores” publicada no dia 02 de julho de 2021, *in verbis*:

As manifestações virtuais em repúdio às declarações homofóbicas do apresentador Sikêra Junior, da Rede TV!, não param de crescer nas redes sociais. Na tarde desta sexta-feira, dia 2, o movimento #DesmonetizaHomofobia — que pretende chamar atenção das empresas que patrocinam o programa e o apresentador — esteve entre os assuntos mais comentados no Twitter. Marcas como Motorola já anunciaram remoção dos anúncios. O movimento dos internautas começou com a hashtag #DesmonetizaSikera, levantada pelo Sleeping Giants Brazil — movimento de consumidores contra o financiamento de discurso de ódio e fake news —, e tem a intenção de provocar outras empresas que demonstram posicionamento favorável à luta LGBTQIA+ a desvincularem suas propagandas de propagadores de discurso de ódio e fake news.

A fala do Sikêra Júnior rendeu a ele um processo por chamar os membros da comunidade LGBTQIAPN+ de desgraçados, movido pelo MPF do Rio de Janeiro, conforme matéria publicada no site UOI, “MPF ajuíza ação de R\$ 10 milhões contra Sikêra Jr. e RedeTV! por homofobia”:

O Ministério Público Federal do Rio Grande do Sul entrou com uma ação pública contra o apresentador Sikêra Jr. e a RedeTV!, após o jornalista ter tecido comentários preconceituosos contra o público LGBTQ+ durante o programa policial Alerta Nacional. O órgão ainda pede que as duas partes paguem uma indenização de R\$ 10 milhões. Sikêra chegou a chamar a comunidade de “raça desgraçada”. Segundo a petição, assinada pelo procurador regional dos Direitos do Cidadão, Enrico Rodrigues de Freitas, em parceria com o grupo Nuances - Grupo Pela Livre Expressão Sexual, Sikêra Jr. carrega uma “constante ameaça nas próprias falas”, que contém “teor discriminatório e de preconceito”.

2.8 Intolerância e discurso de ódio na internet (O Marco Civil da Internet)

A intolerância e o discurso de ódio na internet têm se tornado uma preocupação crescente em nossa sociedade. A facilidade de comunicação e o anonimato proporcionados pela internet, muitas vezes, encorajam pessoas a expressarem opiniões extremistas, discriminatórias e ofensivas, criando um ambiente tóxico e prejudicial para indivíduos e comunidades.

Através da rede, uma pessoa comete ações ilegais, espalha mensagens com conteúdo nocivo, viola os direitos básicos de outros usuários. Esse questionamento, que não é fundamentalmente novo, mas mais complexo e ampliado por uma máscara tecnológica, exige atitudes correspondentes por parte das entidades responsáveis pela proteção da pessoa humana em sua dignidade, entre elas o Estado. Seu papel é de extrema importância para reverter o ditado do senso comum de que a Internet é um ambiente sem lei. Embora os fluxos de informação da rede atravessem as fronteiras estatais e estejam simultaneamente em todos os lugares e em nenhum lugar (daí uma de suas principais características, a desterritorialização), o Estado continua responsável pela intervenção quando um indivíduo ou grupo pertencente ao seu território e lesa seus direitos por causa do conteúdo publicado em ambiente virtual (SILVA, et al,2011).

As redes sociais online são hoje um importante meio de comunicação. O fato de as pessoas estarem conectadas em redes eletrônicas confere maior poder de organização e intervenção política (CASTELLS et. al, 2006). A Internet, sobretudo, as redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube, entre outras), tem contribuído para “aumento da condenação de situações de violência, promoção do confronto político e quebra de certos tabus” (MERCURI, 2016, p. 60). No entanto, essa conexão de muitos para muitos pode ser conflituosa e, inclusive, causar danos pessoais e até à democracia. Segundo a pesquisa de Hoffman (1996), a Internet tem se tornado uma importante ferramenta para divulgação e consolidação de ideias conservadoras por grupos extremistas nos Estados Unidos, motivando a participação e recrutando novos apoiadores, muitas vezes letrados digitalmente, mas que se deixam guiar por uma cartilha ideológica.

O discurso de ódio online pode ter consequências graves, incluindo o aumento do bullying virtual, a disseminação de estereótipos prejudiciais, a incitação à violência e o reforço de preconceitos existentes. Além disso, a intolerância online pode ter um impacto negativo na saúde mental e emocional das pessoas que são alvo dessas mensagens de ódio.

Ao falar sobre discursos de ódio é preciso saber que não existe uma definição única de discurso de ódio, mas todos eles se assemelham.

Segundo Samantha Ribeiro Meyer-Pflug, doutora em direito, o discurso de ódio é a expressão de "ideias que incitam a discriminação racial, social ou religiosa contra determinados grupos, na maioria das vezes minorias". No entanto, vemos que essa definição trata apenas de pontos de discriminação racial, social ou religiosa, sem levar em consideração, por exemplo, gênero, orientação sexual, peso, algum tipo de deficiência, classe, entre outros. Daniel Sarmento, doutor em direito constitucional, afirma que o discurso de ódio pode ser caracterizado por "expressões de ódio, desprezo ou intolerância para com determinados grupos, motivadas por preconceito" (CHAGAS, 2020).

O discurso de ódio e a intolerância não pode ser visto como sendo exclusivo de uma ideologia, religião ao pensamento filosófico, é notório que qualquer pessoa pode promover discurso de ódio e, além disso, sabe-se que quase todas as pessoas em algum momento de suas vidas já praticaram discurso de ódio, mesmo que sem conhecer a terminologia e o seu significado (HOLMES, 2018).

O debate a respeito da intolerância e do discurso de ódio vem sendo discutido com grande intensidade. A tolerância deveria ser o respeito às diferenças e pregado que a paz e a harmonia entre todas as pessoas devem prevalecer, sendo que cada pessoa deve ter o direito de questionar todas as coisas e a obrigação de respeitar todas as pessoas (QUADRADO; FERREIRA, 2020).

Ao discutir sobre as plataformas digitais e o discurso de ódio, Ferreira (2020), afirma que as pessoas começaram a usar plataformas para expressar suas próprias opiniões, permitindo que um mesmo tema fosse analisado de diferentes ângulos. Assim, verificou-se uma clara discrepância entre a informação veiculada nos meios de comunicação tradicionais (jornais, rádio, televisão) e a informação compartilhada nas redes sociais digitais, permitindo aos utilizadores uma maior atenção aos temas que circulam nas redes e posteriormente engajar-se mais.

De acordo com o psicanalista Contardo Calligaris (apud PEREIRA, 2017), nas redes sociais é possível expressar o seu ódio, dar-lhe uma dimensão pública, receber aplausos dos seus amigos e seguidores e sentir-se

validado de alguma forma. Isso significa que a mídia social cria uma espécie de validação do seu ódio que era muito mais difícil do que existia e se tornou tão importante na vida das pessoas.

Os crimes de ódio, muitos na forma de discurso, também estão aumentando como resultado do aumento de ações e posições intolerantes online. Os casos de cibercrimes de ódio são caracterizados por ataques principalmente a minorias na forma de misoginia, xenofobia, racismo, homofobia, intolerância religiosa, etc. De acordo com o Dossiê da Intolerância, as dez principais formas são mais evidentes no ciberespaço: aparência, classe social, deficiência, homofobia, misoginia, política, idade/geração, racismo, religião e xenofobia (DOSSIÊ, [2016]).

Alvaro Paul Diaz (2011, p. 575) enfatiza que o discurso de ódio deve ser mais do que uma expressão de oposição, deve indicar hostilidade em relação a determinado grupo. Dessa forma, é importante apontar a necessidade de analisar os elementos discriminatórios e externos do discurso de ódio, bem como seu caráter segregador (SILVA, 2011) e visualizar a posição daqueles que protagonizam esse fenômeno daqueles que são contaminados pelo conteúdo do discurso de ódio e esses acessos.

A tolerância é um valor fundamental que os regimes democráticos defendem, ainda que nem sempre seja devidamente tida em conta nas relações interpessoais; e toda vez que o princípio da tolerância é violado, vozes se erguem para lembrá-los de seu valor. Ressalte-se que a tolerância - assim como o reconhecimento do direito à diferença - é uma conquista do processo civilizatório, característica do Ocidente e fruto do Iluminismo. Uma Carta sobre Tolerância, escrita por John Locke em 1689, propunha a tolerância como um ato político.

O Marco Civil da Internet, oficialmente chamado de Lei nº 12.965/2014, é uma legislação brasileira que estabelece princípios, direitos e responsabilidades para o uso da internet no país. Foi sancionado em abril de 2014 e entrou em vigor em junho do mesmo ano.

O objetivo do Marco Civil da Internet é garantir direitos fundamentais dos usuários, como liberdade de expressão, privacidade, proteção de dados pessoais e acesso universal à internet. Ele também busca estabelecer um ambiente legal claro para o funcionamento da internet no Brasil, abordando questões como responsabilidade dos provedores de serviços online, neutralidade da rede e cooperação entre diferentes atores envolvidos.

A lei estabelece o princípio da neutralidade da rede, que garante que os provedores de acesso à internet devem tratar de forma igual todos os dados que trafegam em sua rede, sem discriminação ou priorização de conteúdos, serviços ou aplicativos, além de estabelecer a proteção da privacidade e dos dados pessoais dos usuários e prever a necessidade de cooperação entre provedores, governo, sociedade civil e usuários para a promoção do desenvolvimento da internet no país, bem como para a defesa dos direitos e a solução de conflitos relacionados ao seu uso.

As plataformas de mídia social têm um papel importante na moderação de conteúdo e na promoção de diretrizes claras que proíbam o discurso de ódio. No entanto, é um desafio contínuo encontrar o equilíbrio entre a liberdade de expressão e a proteção contra abusos.

O Marco Civil da Internet representa uma importante conquista para a regulamentação do uso da internet no Brasil, buscando equilibrar a proteção dos direitos dos usuários e a promoção da inovação e desenvolvimento tecnológico. No entanto, é importante ressaltar que sua implementação e aplicação ainda estão em constante evolução, à medida que a internet e suas dinâmicas continuam a se desenvolver.

2.9 Marcas e emissoras

As marcas que investem em programas de televisão têm o objetivo de promover seus produtos e aumentar suas vendas. É natural que elas se preocupem com seu faturamento anual, afinal, estão no mercado para obter lucro. No entanto, isso não significa que elas aceitem ser atacadas de forma

pejorativa ou preconceituosa pelos jornalistas das emissoras onde veiculam suas propagandas.

A relação entre as marcas e as emissoras de TV é baseada em um acordo comercial, onde ambas as partes buscam benefícios mútuos. A emissora depende dos investimentos das marcas para financiar sua programação e operações, enquanto as marcas buscam alcançar um público maior e impulsionar suas vendas por meio da visibilidade proporcionada pelos anúncios.

É compreensível que as emissoras de TV sejam cautelosas ao questionar ou restringir o conteúdo produzido pelos anunciantes. Se uma marca sente que seus valores ideológicos estão sendo questionados ou desrespeitados, ela pode optar por levar sua publicidade para outro canal onde se sinta mais alinhada.

No entanto, é importante destacar que as marcas também estão cientes de que o uso de conteúdos ideológicos em suas propagandas pode gerar engajamento e retorno econômico. Elas podem adotar estratégias de marketing baseadas em agendas ideológicas para evitar serem alvo de críticas e cancelamentos nas redes sociais ou por movimentos como os *Sleeping Giants*, uma iniciativa ativista que surgiu em 2016 nos Estados com o objetivo principal de combater a disseminação de discursos de ódio, desinformação e conteúdo prejudicial em plataformas digitais, especialmente em anúncios publicitários online.

Quando se trata da postura de um jornalista específico, como Sikêra Júnior, as marcas têm o direito de reprovar sua conduta caso acreditem que ela possa afetar a imagem de seus comerciais. No entanto, surge a questão sobre os limites da liberdade de expressão e se aqueles que discordam de algo devem aceitar tudo em nome do dinheiro.

A ética jornalística desempenha um papel importante na imprensa e nos veículos de comunicação, mas é válido questionar como esses princípios éticos são aplicados quando há contratos comerciais com grandes marcas

envolvidas. É um desafio encontrar um equilíbrio entre o respeito à liberdade de expressão e a necessidade de atender aos interesses comerciais.

Em última análise, cabe às marcas, às emissoras de TV e aos jornalistas encontrar um ponto de equilíbrio entre a busca pelo lucro e a responsabilidade ética. É importante que as empresas considerem não apenas os aspectos financeiros, mas também as repercussões sociais e o impacto de suas escolhas em sua reputação e imagem corporativa. A transparência, o diálogo aberto e a busca por uma mídia responsável são essenciais para manter a integridade tanto das marcas quanto dos veículos de comunicação.

2.10 Quem sai perdendo?

Dias depois de ver seu programa perder mais de 50 patrocinadores, Sikêra Júnior resolveu se retratar sobre a sua fala preconceituosa, que causou ódio e repulsa por parte de toda a comunidade LGBTQIAPN+. Neste caso, em específico, quem sai perdendo é a emissora de TV e o apresentador que deixou de faturar por causa da sua postura intolerante com o uso de palavras de baixo calão (MIRANDA, 2021).

Certamente, a comunidade LGBTQIAPN+ também sofre quando jornalistas utilizam seus espaços para disseminar ódio e fazer comentários intolerantes. A mídia desempenha um papel fundamental na formação de opinião pública e na influência social, e quando profissionais da comunicação utilizam esse poder de maneira negativa e prejudicial, contribuem para a disseminação do preconceito e da discriminação.

Esse tipo de discurso pode reforçar estigmas, prejudicar a autoestima e o bem-estar emocional de pessoas e, em casos extremos, contribuir para a violência e a exclusão social. Além disso, ao disseminar mensagens de ódio, jornalistas perdem a oportunidade de fomentar um ambiente inclusivo e respeitoso.

Uma campanha maciça foi realizada na internet encabeçada pelo grupo Sleeping Giants, que surgiu nas redes sociais com o objetivo de pressionar empresas a retirarem seus anúncios de veículos de comunicação que propagam discursos de ódio, intolerância ou desinformação, para convencer as empresas que o jornalista estava violando os direitos dos homossexuais e que o programa incentivava a intolerância aos membros desta comunidade. Entretanto, o apresentador obteve uma liminar na Justiça, que determinou a interrupção da campanha promovida pelo contra ele. Segundo reportagem da jornalista Paula Moura, publicada no site Pleno News em 11 de outubro de 2021, *in verbis*:

O apresentador Sikêra Júnior, da RedeTV!, conseguiu obter uma liminar na Justiça para que a campanha promovida pelo Sleeping Giants Brasil contra ele seja interrompida. Em decisão divulgada neste domingo (10), o desembargador Ailton Luiz Corrêa Gentil, do Tribunal de Justiça do Amazonas, classificou a atitude do grupo como uma “campanha de constrangimento”.— Determino aos recorridos [Sleeping Giants] a abstenção de dar seguimento à campanha de constrangimento aos anunciantes do agravante no prazo de 24 horas a partir da notificação, em face ao abuso do direito – escreveu o desembargador.

Ao encerrar essa discussão, é pertinente pontuar que é necessário que o responsável por exercer os limites da liberdade de expressão seja punido, uma vez que incorreu em crime contra a honra, conforme previsto nos artigos do código penal brasileiro, em seus artigos 138, 139 e 140, *in verbis*:

Pena - detenção, de seis meses a dois anos, e multa.

§ 1º - Na mesma pena incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou divulga.

§ 2º - É punível a calúnia contra os mortos.

O delito de calúnia se configura quando alguém atribui falsamente a outrem a prática de um ato criminoso, ciente de que a vítima da imputação não cometeu a infração que lhe foi erroneamente atribuída. E o intuito do acusador é unicamente ofender a honra subjetiva do seu algoz e influenciar na opinião pública sobre uma determinada pessoa. A calúnia consiste em imputar a alguém falsamente fato definido como crime. O referido acontecimento deve ser determinado, sendo que não é preciso que o agente

narre em detalhes, sem omitir suas mais específicas circunstâncias. O sujeito ativo deste crime pode ser qualquer pessoa e o passivo somente a pessoa física, inclusive, os inimputáveis. É punível a calúnia contra os mortos, pois atingem a honra de seus parentes vivos. O crime se consuma quando alguém, que não o sujeito passivo, toma conhecimento da falsa imputação. Na calúnia, admite-se exceção da verdade, que é a defesa apresentada pelo acusado com fim de demonstrar a verdade da imputação, da divulgação feita. A pena aplicada para quem caluniar alguém é de detenção de seis meses a dois anos, e multa (SILVA, 2017).

No âmbito do delito de difamação, o perpetrador busca, por meio de sua ação criminosa, manchar a honra subjetiva da vítima, causando-lhe sofrimento emocional ou psicológico em decorrência da conduta difamatória atribuída. No contexto da difamação, não se aceita a defesa da verdade como exceção. O conteúdo alegado pode ser verídico ou falso, não sendo necessária a comprovação de autenticidade conforme estipulado pela legislação. Mesmo se o fato desabonador for verdadeiro, isso pode impactar negativamente nas relações sociais e na reputação pública que o ofendido desfruta. O autor da difamação está sujeito a uma pena de detenção de três meses a um ano, além de multa (SILVA, 2017).

Art. 140 - Injuriar alguém, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro: Pena - detenção, de um a seis meses, ou multa.

§ 1º - O juiz pode deixar de aplicar a pena:

I - quando o ofendido, de forma reprovável, provocou diretamente a injúria; II - no caso de retorsão imediata, que consista em outra injúria.

§ 2º - Se a injúria consiste em violência ou vias de fato, que, por sua natureza ou pelo meio empregado, se considerem aviltantes:

Pena - detenção, de três meses a um ano, e multa, além da pena correspondente à violência.

§ 3º Se a injúria consiste na utilização de elementos referentes a religião ou à condição de pessoa idosa ou com deficiência:

Pena - reclusão, de 1 (um) a 3 (três) anos, e multa

A injúria é um crime gratuito. Todos os meios hábeis de expressão de ideias podem servir para ferir: a palavra falada ou escrita, a pintura, o gesto, etc., mesmo por omissão é possível cometer danos, por exemplo, abstendo-se de praticar um ato, como não saudações. Na jurisprudência, podemos colher alguns exemplos de atitudes que configuram o crime em questão: jogar lixo na porta da residência da vítima, afixar papel com

expressões ofensivas na porta da loja da vítima, jogar o conteúdo da bebida no rosto da vítima, etc (CARVALHO; COELHO, 2006).

Em suma, quando um apresentador de jornal profere discursos intolerantes e homofóbicos, a comunidade LGBTQIAPN+ sofre, a sociedade é prejudicada, a reputação do veículo de comunicação é afetada e os princípios éticos do jornalismo são colocados em xeque. É fundamental combater esses discursos, promovendo a inclusão, o respeito e a igualdade de direitos para todos, independentemente de sua orientação sexual ou identidade de gênero.

3. Jornalismo e responsabilidade social

A cultura do grotesco no jornalismo e o compromisso do jornalismo com a responsabilidade social são dois temas interligados que desempenham papéis cruciais na maneira como a mídia influencia a sociedade. Ambos abordam a importância do protagonismo das minorias nos meios de comunicação, destacando a necessidade de representação justa e responsável.

3. 1. O papel do jornalismo cívico

O papel do jornalismo cívico, também conhecido como jornalismo público, é fortalecer a democracia, promover a participação cidadã e ampliar o debate público. Ao colocar os cidadãos como protagonistas, ele busca construir uma sociedade mais informada, engajada e ativa na busca por soluções para os desafios coletivos.

Embora essa modalidade tenha surgido em 1988 nos Estados Unidos, esse tema ainda não foi difundido no Brasil. Existem poucos exemplos brasileiros dessa prática e nenhum trabalho de teóricos do movimento traduzido para o português. Apenas três livros estão disponíveis em nosso idioma: o primeiro de 2003, *Jornalismo Cívico*, dos portugueses Nelson Traquina e Mário Mesquita, ainda não foi publicado no Brasil. A segunda dissertação de mestrado de Márcio Fernandes, publicada em livro em 2008 sob o título *Jornalismo cidadão: haverá um modelo brasileiro?* teve uma tiragem de 500 cópias já esgotadas. O terceiro, do professor Luiz Martins da Silva, intitulado *Jornalismo Público – Três Textos Básicos*, foi publicado em 2006 e não está mais disponível. Nessa realidade, as pesquisas acadêmicas sobre o tema no Brasil são raras e carecem, portanto, de novas perspectivas (SCORTEGAGNA, 2013).

Os primeiros debates sobre uma nova proposta de prática jornalística denominada "jornalismo cívico" começaram no final da década de 1980, nos Estados Unidos. A iniciativa nasceu como reação de alguns periódicos americanos à queda gradativa das vendas e ao descrédito que enfrentavam, constataram pesquisas. Na sua gênese, que tem como pano de fundo as eleições presidenciais norte-americanas de 1988 (George W. Bush/Dan Quayle vs. Michael

Dukakis/Lloyd Bentsen), o movimento procurou colocar o cidadão e os seus anseios e necessidades no centro das atenções, reafirmar a democracia e promover a participação política da população, já que o voto é facultativo no país.

Outro conceito de importância primordial no processo de afirmação do jornalismo cívico foi o da responsabilidade social dos meios de comunicação. Nascida como uma reação aos ideais de marketing e sensacionalismo tão comuns nos Estados Unidos no período pós-Segunda Guerra Mundial, essa teoria surge com a necessidade de discutir o papel da imprensa na sociedade e estabelecer novas regras para o jornalismo, especialmente devido às mudanças políticas e sociais decorrentes do período de guerra (SILVA; MOTA & MOTA, 2014).

3.2 As categorias do jornalismo cívico

O movimento do jornalismo cívico tem como proposta a preservação dos ideais do jornalismo independente, de interesses econômicos e políticos, voltado para a cidadania, para defender as causas de seus cidadãos. Na prática, isso significa oferecer uma cobertura que corresponda aos direitos dos indivíduos, tratando a informação de forma a contribuir para informar os destinatários sobre seus direitos em uma sociedade democrática. Com essa crença, este trabalho informa o processo de processamento do jornal laboratório Comunicare, da Universidade Católica do Paraná (edição nº 115, setembro de 2006), que desenvolve a proposta de jornalismo cidadão, ou seja, orienta jornalistas em treinamento para coletar e processar informações de forma que o destinatário pode exercer a cidadania e se beneficiar de viver em uma sociedade democrática. Metodologicamente, além de experimentar a aplicação de um conceito adaptado à realidade brasileira, o trabalho se baseia em pesquisas bibliográficas e de opinião sobre a credibilidade da mídia, que por sua vez é o ponto de partida para o processo de produção do jornal. (BARCELLOS; ALVETTI, 2007).

Para Mota & Mota, (2014) a construção das categorias, utilizamos inicialmente a própria trajetória histórica, as características e elementos que compõem o jornalismo público, as mudanças que propôs para uma prática mais social do jornalismo e as principais iniciativas dos veículos que adotaram essa prática em suas redações. Embora uma explicação mais detalhada sobre esse

tema tenha sido feita na seção anterior, é necessário retomar alguns aspectos que nortearam o processo de construção das categorias. Portanto, consideramos as características básicas dessa prática:

- a. A posição central do cidadão no processo de elaboração dos relatórios; o cidadão não deve ser visto apenas como fonte de informação, mas como parceiro nas rotinas produtivas das redações;
- b. Divulgação de notícias que eduquem a população, não só informem, mas também contribuam para o fortalecimento do debate civil e para um espaço público mais dinâmico;
- c. Priorizar temas de interesse público em detrimento de informações de interesse público; o conceito de valor-notícia para o jornalismo cidadão não pode ser o mesmo da mídia tradicional;
- d. Elaboração de reportagens que proponham soluções e indiquem alternativas possíveis para o cidadão defender seus direitos; as mensagens não devem ser tratadas de forma descontextualizada e isolada;
- e. Confirmação do papel mais amplo do jornalista visando a melhoria da vida pública.

As seis categorias para avaliação de produtos jornalísticos, que ora denominamos análise cívica do jornalismo, estão assim distribuídas: 1) relevância do tema abordado; 2) origem da pauta; 3) natureza das fontes; 4) termos escolhidos para se referir aos atores sociais; 5) proposta de soluções; 6) função educativa da informação jornalística (MOTA & MOTA, 2014).

Segundo Silva (2002 apud COSTA FILHO, 2006) há “‘boa vontade’, por parte da mídia, com relação a projetos sociais, mas, ao mesmo tempo, em vez de encontrar políticas editoriais ancoradas no Jornalismo Público, é mais fácil encontrar retrancas que se referem a Terceiro Setor e voluntariado” (SILVA, 2002 apud COSTA FILHO, 2006, p. 136). Em sua pesquisa, Silva criou uma classificação preliminar de categorias do que ele entende por jornalismo público no Brasil. São elas:

1. Jornalismo Público de patrocínio: é fomentado por agências de notícias específicas, como a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), que enviam pautas-clipping e resumos de matérias sobre a temática em questão para as redações. Estas agências são patrocinadas por organismos sociais, como a Unicef e a Unesco;
2. Jornalismo Público de campanhas: quando um veículo abraça um tema relativo à cidadania. O tema gera reportagens e é noticiado constantemente identificado por uma logomarca específica da campanha. É o mais próximo do jornalismo cívico praticado nos Estados Unidos. No Rio Grande do Sul, podemos citar a campanha Todos Pela Educação, do jornal Zero Hora/grupo RBS;
3. Jornalismo Público institucional: veículos tradicionais da imprensa brasileira participam de iniciativas de promoção social com publicações especiais que abordam questões de interesse do cidadão. O autor cita publicações em forma de “guias”, como os feitos pelos jornais Folha de S. Paulo (Guia para a solidariedade) e Valor Econômico (Empresas e comunidades). Outra forma é através de projetos sociais, como a campanha “Criança Esperança”. Ainda que não sejam diretamente jornalísticas, elas resultam em coberturas e repercussões em torno dos assuntos relacionados;
4. Jornalismo Público promocional: matérias de cunho social incentivadas por meio de premiações oferecidas por organizações como a Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi). (SILVA, 2002).

Sabe-se que é possível identificar estes tipos de ações na imprensa tradicional, mas elas raramente caracterizam jornalismo cívico ou de contato com a comunidade como preconizado por Merritt e Rosen. Estão relacionadas à cidadania e à responsabilidade social, mas faltam espaços de diálogo. Estes espaços parecem ser mais frequentes nos jornais comunitários e de bairro.

A democracia, como aponta Marisa Torres da Silva (2007), definiu para os meios de comunicação de massa uma relação de funções ideais, tais como: proporcionar o diálogo entre os governantes e as massas; criar maneiras de responsabilizar as autoridades pela forma como exercem o poder; vigiar o meio

sócio-político; incentivar a aprendizagem e o envolvimento dos cidadãos; ter uma atitude respeitosa perante o público; desenvolver um agendamento com temas relevantes, consistentes e significativos; resistir às forças que tentam subverter a independência da mídia e criar plataformas para apresentação e defesa das ideias e das causas de diferentes grupos de interesses.

3.3 Jornalismo e sua contribuição para a liberdade de expressão

Neste momento histórico, em que o Brasil se coloca entre o seu passado e o seu futuro, é preciso ressaltar a necessidade de proteger a liberdade de imprensa, pois este privilégio político-jurídico, que também é um direito fundamental da cidadania, representa um dos pré-requisitos que legitimam a própria noção de um estado democrático de direito. De fato, e como afirma a "Declaração de Chapultepec", que constitui a própria Carta de Princípios adotada pela Conferência Hemisférica sobre Liberdade de Expressão, realizada na Cidade do México em 11 de março de 1994 (isto é, há 29 anos), um livre a imprensa é condição fundamental para que as sociedades resolvam seus conflitos, promovam a prosperidade e protejam sua liberdade (MELLO, 2023).

Não há pessoas ou sociedades livres sem liberdade de expressão e imprensa, justamente na medida em que esse direito, que traduz prerrogativa inalienável dos cidadãos, não pode ser limitado de forma alguma, principalmente quando imposto pelo Estado e sua ampla divulgação de informação, a crítica de exercício ilimitado e a possibilidade de formular denúncias contra o poder público são as manifestações básicas dessa liberdade básica, cujo exercício não pode ser ameaçado por proibições de censura ou por outros meios estatais que sirvam para limitá-la, porque - sempre vale a pena insistindo — esse direito básico, inerente às formações sociais livres, não representa uma concessão estatal, mas representa um valor inestimável e irreprimível da cidadania, que tem o direito de receber informações dos meios de comunicação social, reconhece também o direito de buscar informações, expressar opiniões e divulgá-las sem qualquer restrição em um ambiente de total liberdade (MELLO, 2023).

Bem destacou FIORILO (2015), que o texto constitucional não admite a possibilidade de censura prévia. Porém, essa previsão não significa que a liberdade de imprensa é absoluta, pois há a eventual responsabilização posterior do autor ou responsável pelas notícias injuriosas, difamantes e mentirosas no tocante a eventuais danos morais e materiais. De acordo com Ekmekdjian (1996, p.523): “a proibição à censura prévia, como garantia à liberdade de imprensa, implica forte limitação ao controle estatal preventivo, mas não impede a responsabilização posterior em virtude do abuso no exercício desse direito”.

O direito à informação associado à liberdade de expressão são também princípios fundamentais dos códigos ético e deontológico do jornalismo. Em seu artigo 2º, o Código de Ética do Jornalista Brasileiro destaca que, uma vez reconhecido como direito fundamental, o jornalista não deve, no exercício de sua profissão, admitir que o acesso à informação seja impedido por qualquer tipo de interesse. Balle (apud CORNU, 1994, p. 202) explica que o direito à informação exige que todos os cidadãos tenham igual acesso a todos os fatos atuais, sejam eles os próprios eventos ou a expressão de julgamentos ou opiniões, desde que esses fatos sejam apresentados a todos de forma compreensível, sem o que a liberdade se torna privilégio de alguns. À medida que as décadas avançavam e a sociedade passava por transformações que complicavam suas estruturas, a produção e a circulação de informações melhoravam para atender às necessidades dos governantes de publicar seus editais, documentos e informações importantes para a manutenção da ordem local (MOTA & MOTA, 2014).

A liberdade de expressão está associada ao direito de expressar o próprio pensamento, a capacidade dos indivíduos de expressar suas opiniões e ideias, ou de expressar atividades intelectuais, artísticas, científicas e comunicativas, sem interferência ou possível retaliação do poder público. O artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos define esse direito como a liberdade de ter opiniões, acessar informações e ideias e divulgá-las por qualquer meio de comunicação. Deve-se notar que o exercício de ambas as liberdades não é ilimitado. Qualquer uso indevido e transgressão, especialmente se for comprovada a intenção de injuriar, caluniar ou caluniar, poderá ser punido nos termos da legislação civil e criminal (TJDFT, 2021).

A liberdade de expressão é garantida a todos os brasileiros e brasileiras residentes no país. Em suma, a todas as pessoas que se encontram em território nacional. De banqueiro a varredor, de bancário a professor, de pastor a estudante.

A liberdade de expressão é garantia fundamental para o exercício da cidadania, da participação social em espaços como audiências públicas e conselhos municipais. Também se aplica a qualquer ambiente social em que se sinta vontade de falar e ser respeitado, independentemente do que é dito (MERELES, 2017). A liberdade de expressão e a liberdade de imprensa são garantidas por lei. A primeira é a liberdade de expressar opiniões, acessar informações e ideias e transmiti-las por qualquer meio de comunicação. A segunda fundamenta-se no direito à informação e refere-se à possibilidade de os cidadãos criarem ou terem acesso a diversas fontes de dados, como notícias, livros, jornais, sem a intervenção do Estado. Por que é comum confundir esses termos? (CARPES, 2022).

Então, eles têm a ver com a participação na esfera pública, com poder expressar suas opiniões com base em uma série de garantias de que você não será censurado, que não será perseguido e que terá um ambiente para expressão. A diferença é que a liberdade de imprensa é uma atividade profissional do jornalismo, que se orienta por uma série de princípios, bases deontológicas éticas, mas também técnicas. A liberdade de imprensa refere-se, portanto, à liberdade do jornalismo, que pode ser exercida com ampla liberdade em uma sociedade democrática. Existem várias formas de fazer jornalismo, mas nem todo cidadão que se expressa livremente usa a liberdade de imprensa. Todo jornalista que se expressa e exerce sua profissão - sem restrições, sem interferência do Estado e no marco das garantias constitucionais - exerce a liberdade de imprensa (CARPES, 2022).

Quando se trata de liberdade de expressão, é importante ter em mente a liberdade de expressão e seus limites. Quando falamos em expressões e interpretações de fatos e/ou opiniões, a Constituição Federal de 1988 (CF/88) estabelece a livre expressão do pensamento como direito fundamental de todos os cidadãos, conforme disposto no artigo 5º, inciso IV, que dispõe: "a expressão do pensamento é única, o anonimato é proibido." Além disso, em se tratando da

mídia, o direito à liberdade de comunicação é garantido constitucionalmente, vedada qualquer restrição, desde que observadas as restrições previstas na própria Constituição. É o que determina o artigo 220 CF/88: “A expressão de ideias, criação, expressão e informação em qualquer forma, processo ou meio não sofrerá quaisquer restrições observadas as disposições desta Constituição”(NASCIMENTO, NERYS, 2022).

Nesse sentido, considera-se que a Constituição Federal elenca a liberdade de expressão como um bem jurídico que deve ser protegido, como um direito fundamental, pois é garantido constitucionalmente. A liberdade de expressão é, realmente, importante para garantir a livre comunicação como garantia básica da dignidade humana do indivíduo e para o funcionamento da estrutura democrática do Estado. No entanto, dentro do mesmo ordenamento jurídico, a Carta Magna impôs limitações ao exercício desse direito, conforme previsto nos artigos anteriores, e também elenca o exercício de direitos e limitações a esse exercício como direitos e garantias fundamentais. É o que se apresenta no art. 5º, inciso II, CF/88: "II - Ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;" "(NASCIMENTO, NERYS, 2022). Segundo Pscheidt,(2020) ao citar Victor Gentili (2005, p. 12), enfatiza fortemente que “a informação como um direito social é, portanto, toda a informação de importância social indispensável para a vida em sociedade. Toda essa informação concebida de forma semelhante à educação, como transmissão de informações essenciais para o aproveitamento coletivo das conquistas humanas no campo social. O direito à informação numa perspectiva social deve ser entendido como uma extensão do direito à educação e do direito à saúde, necessária e útil para a preservação da vida humana e da dignidade humana”.

O papel do jornalismo não pode ser entendido como uma exibição insensível de informações, mas como o cumprimento do direito básico do cidadão à informação correta e imparcial. Nas falas de Marília Scalzo (2003, p. 54), "os princípios básicos do jornalismo são os mesmos para qualquer tipo de veículo: buscar a apuração dos fatos, compromisso com a verdade, ouvir todas as partes envolvidas em uma questão, mostrar diferentes pontos de vista no esforço de esclarecimento das histórias, respeito aos princípios éticos, busca constante por informações de qualidade".

Para que a imprensa cumpra seu papel na sociedade é preciso que ela seja livre de proibições e censuras, mas não pode ser ilimitada e carente de responsabilidade, pois liberdade significa ser responsável. Ao assumir a liberdade, o indivíduo assume a responsabilidade que segue. Atualmente, uma parte da imprensa veicula notícias superficiais e sensacionalistas sem antes verificar sua veracidade, o que causa a destruição dos valores e sentimentos mais intrínsecos do ser humano, afetando diretamente a dignidade humana do indivíduo envolvido na notícia (FIORILLO, 2015).

3.4 Os limites da liberdade na imprensa

A importância da liberdade de expressão ganhou destaque nos debates contemporâneos no Brasil. Em regimes políticos verdadeiramente democráticos, a coexistência harmônica demanda a garantia de diversos direitos fundamentais. Nas sociedades pluralistas, a livre expressão de crenças e ideias por parte de indivíduos e grupos é pressuposto essencial. A capacidade de criar, desenvolver, reformular e até mesmo abandonar crenças é inerente a um ambiente democrático.

Expressar-se por meio da fala, dos gestos, da arte e da mídia em geral é um direito humano. Fruto das conquistas das grandes revoluções, ela é consagrada como direito fundamental e torna-se imprescindível para a manutenção, implementação e aperfeiçoamento do Estado Democrático de Direito. Portanto, é necessário entender a liberdade e os conceitos de defesa da liberdade: liberdade negativa e liberdade positiva. Como tal, são indispensáveis para esclarecer as diversas posições políticas adotadas para garantir a boa convivência, além de delinear seu possível limite (LOURINHO, 2017).

As transgressões e ultrajes no exercício da liberdade de expressão merecem ser sancionados, desde que estejam em conformidade com as normas constitucionais e legais. Segundo Egaño, a censura representa um entrave absoluto ao pleno exercício da liberdade de expressão e informação. No entendimento desse renomado constitucionalista, se as restrições forem parciais,

delimitadas no tempo, impostas por autoridade competente e permitidas pela Constituição, não podem ser equiparadas à censura (OLIVIERA, 2023).

Em um Estado de Direito democrático, é imperativo que todos se submetam à autoridade estatal. Este princípio é alicerçado na própria essência da democracia, que abraça a diversidade, a pluralidade e o respeito ao próximo. A compreensão popular de que "o direito de um vai onde começa o direito do outro" reflete a base dessa convivência harmônica. O princípio da igualdade, central no constitucionalismo contemporâneo, exige a proteção das minorias, grupos vulneráveis e desfavorecidos.

O combate ao racismo e outras formas de discriminação ilegal é fundamental e merece uma repressão efetiva. É inadmissível que práticas específicas, condenadas em sistemas jurídicos pluralistas, sejam encobertas sob o pretexto da liberdade de expressão. Por exemplo, atos racistas não perdem seu caráter ilegal quando veiculados nos meios de comunicação social (OLIVEIRA, 2023).

O texto constitucional não permite a possibilidade de censura prévia. No entanto, tal previsão não significa que a liberdade de imprensa seja absoluta, uma vez que há eventual responsabilidade posterior do autor ou responsabilidade por notícias danosas, caluniosas e falsas quanto a possíveis danos morais e materiais (FIORILLO, 2015). Segundo Ekmekdjian (1996, p. 523): "A proibição da censura prévia, como garantia da liberdade de imprensa, significa forte limitação do controle preventivo do Estado, mas não impede a responsabilidade posterior por abuso no exercício desta sim".

3.5 Liberdade de expressão positiva e negativa

A liberdade de expressão positiva e negativa refere-se às diferentes formas de manifestação de ideias, opiniões e informações em uma sociedade. Esses conceitos ajudam a entender como a liberdade de expressão pode ser exercida em diferentes contextos e situações.

A liberdade de expressão negativa envolve o direito de expressar ideias, opiniões e pensamentos que podem ser controversos, impopulares, ofensivos ou mesmo prejudiciais para indivíduos, grupos ou a sociedade em geral. Isso inclui discursos que podem ser considerados desagradáveis, chocantes ou incômodos. Embora essa forma de expressão possa muitas vezes ser desconfortável, ela também é protegida, pois é considerada essencial para o exercício saudável do debate público e para desafiar ideias dominantes.

A liberdade negativa esteve presente na essência do liberalismo (clássico) até o início do século XX. O projeto liberal consiste em ideias que caminham em direção à liberdade, individualidade e propriedade junto com o desenvolvimento do âmbito privado e coletivo, o que se opõe ao conceito de estado absolutista. Para os liberais, a primazia da liberdade é um valor fundamental. Assim, a liberdade negativa é entendida pelo pensamento liberal como a ausência de obstáculos ao exercício da liberdade individual, na qual o indivíduo pode agir e decidir o que quiser sem que o Estado o impeça de fazê-lo, desde que não interfira na liberdade dos outros, causando danos à sociedade (LOURINHO, 2017).

Segundo o filósofo e historiador Berlin (2002) em seu ensaio “Dois Conceitos de Liberdade”, o conceito de liberdade negativa é utilizado para responder à pergunta: “Qual é o domínio que o sujeito é ou deveria ser permitido fazer ou ser? sem a interferência de ninguém?” (BERLÍN, 2002, p.229). Dessa forma, ele entende que a liberdade negativa é a ausência de obstáculos, de interferência, principalmente quando se trata de escolhas em que uma pessoa pode agir sem que outras interfiram nela; enfim, liberdade sem coerção externa. Para Berlin, liberdade negativa significa “ser livre”, isto é, não estar sujeito a restrições ou interferências em seus desejos ou interesses legais. A liberdade não resulta da incapacidade, mas da coerção, bem como das mudanças nas circunstâncias que podem resultar no fracasso em atingir esse objetivo.

Como visto anteriormente, o liberalismo defende o conceito de liberdade negativa, que se caracteriza como a ausência de interferência. Em contraste com a liberdade negativa, a liberdade positiva não se refere a qualquer liberdade, mas de acordo com Berlin (2002, p. 266) ao poder ou dominação de um indivíduo sobre si mesmo ou seu entorno, ou seja, o desejo do indivíduo de ser seu próprio

mestre, ser cidadão-legislador, estar livre de qualquer força externa. A liberdade positiva corresponderia à "liberdade", caracterizada pela presença de ação, autodeterminação, participação do indivíduo na tomada de decisões.

3.6 Da comunicação de massa ao consumidor empoderado

O consumidor inicia o processo de decisão de compra a partir do momento em que sente a necessidade ou o desejo de comprar um produto. O que mudou ao longo dos anos é a forma como ele atua em cada uma das etapas desse processo. Nas décadas anteriores, o consumidor estava desprotegido, suas informações eram mínimas e seu poder de avaliação de compra era baseado no "boca a boca", ou seja, na troca de informações entre familiares, amigos, colegas, vizinhos e conhecidos, por isso, as empresas se preocupavam pouco sobre seu relacionamento. O desenvolvimento da tecnologia colocou à disposição do consumidor inúmeros meios de informação prontamente disponíveis, que lhe permitiram ter poder de conhecimento e escolha, assim como o mercado também disponibilizou uma grande variedade de produtos, serviços e marcas. Com base nisso, de certa forma, as empresas têm reconhecido a necessidade de valorizar o relacionamento com o consumidor, desde o momento em que procura uma marca até o momento em que usa o produto (ZWIRTES, 2018).

A comunicação de massa transformou as notícias em bens de consumo que passaram a seguir padrões de criação, formatação e edição. Segundo Pierre Bourdieu, "o universo do jornalismo é um campo que está, no entanto, sob pressão do campo econômico por meio do índice de audiência" (BOURDIEU, 1997:77). Nota-se que existem bons programas e notícias na televisão. No entanto, a corrida pelos maiores índices de audiência afeta a maioria das produções de TV, que acabam por carregar conteúdos violentos, depreciativos e desinformados e caem no velho e discutido sensacionalismo.

Vivemos em uma revolução tecnológica digital. Talvez nem percebamos, o tempo passa e acompanhamos as mudanças como se fossem naturais. Às vezes, até comentamos que "tudo parece estar mudando muito rápido" e continuamos nossa jornada, nos adaptando ao que é possível, experimentando novos insights e tentando reexaminar conceitos e até nossas crenças. A revolução digital afeta nosso comportamento individual e com outras pessoas, nosso relacionamento em

casa, com nossa família, nosso comportamento na escola, no trabalho e, sobretudo, nossa forma de consumir e ver o mundo.

É comum que os veículos de comunicação padronizem seu processo de produção para que jornalistas e repórteres que trabalham no mesmo veículo produzam reportagens tecnicamente semelhantes. Além disso, grandes empresas têm manuais que seus funcionários devem seguir para manter jornais e noticiários de televisão em um determinado padrão. Isso traz certa praticidade ao processo de elaboração de um jornal, mas pode prender jornalistas que ficam tão acostumados a uma determinada forma de produzir notícias que passam a enfrentar certas dificuldades para sair dessa forma. E essas mudanças tiveram um motivo principal: a transformação de novidades em mercadorias (IASON, 2010).

Os leitores ou telespectadores nem sempre procuram notícias e informações, mas também entretenimento, incluindo programas de notícias. Muitas emissoras de notícias adotam essas histórias para realizar o famoso "Happy Ending", em que as notícias de última hora têm um conteúdo mais descontraído para que o assunto termine com mais tranquilidade. Como exemplo de humor nos telejornais, podemos citar o caso de um homem que, ao tentar roubar um carro, acabou dormindo no veículo e foi acordado pela polícia. A novidade, além de inusitada porque ninguém espera que um ladrão de carros durma durante um assalto, também tem caráter humorístico. Afinal, a situação em si é risível. Nesse caso, é preciso mais atenção até mesmo por parte dos profissionais que produzem telejornais, para que não se deixem prender por notícias que são apenas entretenimento e não se esqueçam do mais importante. Vale ressaltar que existem programas voltados para esse tipo de reportagem, que possuem um enfoque diferente do jornalístico. Eles são criados com a intenção de entreter, portanto, não podem ser considerados jornais, logo, não podem servir de base para avaliação dos critérios de seleção (IASON, 2010).

Novos consumidores se sentem empoderados e querem fazer a diferença. Eles são curiosos e têm opiniões diferentes sobre tudo. A criatividade é outro traço marcante dessa geração, que muitas vezes participa da criação de uma startup ou passa a utilizar seus serviços com base na agilidade, eficiência e redução de custos (ARAGÃO, 2017).

Essa mudança de comportamento para Iason (2010), é motivada pela entrada da tecnologia na sociedade. E tem a sua expressão objetivada através do telemóvel que temos nas mãos e que nos liga ao mundo. Essa conexão transmite informações (verdadeiras e/ou falsas), nos dá opções de rota enquanto dirigimos, nos dá um resumo de uma novela, pergunta como nos sentimos em uma loja que visitamos, nos mostra uma lembrança de um ano atrás e fica conosco para o resto de nossas vidas e de nossas atividades.

A relação simbiótica entre a tecnologia e o indivíduo está a mudar os hábitos alimentares, o estilo de vida, a forma de consumo e sobretudo a nossa percepção das marcas e dos produtos. E nesse contexto se constitui o consumidor empoderado. Mas, o que é um consumidor empoderado? É o consumidor que acredita ser o responsável pela relação de consumo. Antes, o consumidor era passivo, assistia ao anúncio, comprava o produto e caso o produto não correspondesse ao anúncio, tinha como opção máxima reclamar ao SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) ou comunicar a experiência malsucedida a familiares ou amigos (IASON, 2010).

Como já acontecia em outros setores do mercado, o jornalismo passou a buscar uma margem de lucro maior e precisou investir na divulgação de eventos e notícias para aumentar o volume de vendas. No século XIX, o jornalismo informativo tornou-se assim uma hegemonia. A expansão do mercado jornalístico é também consequência da acelerada expansão industrial que provocou um grande aumento da massa urbana e dos salários médios desde meados deste século. Nesse contexto, as técnicas tipográficas adquirem novas invenções que possibilitam a produção de jornais em larga escala (PEREIRA, 2005).

Os meios de comunicação, em razão da grande influência que exercem sobre as pessoas, são considerados por doutrinadores e pesquisadores como o quarto poder, devido à capacidade de manipular a opinião pública. Para muitos telespectadores, o que os meios de comunicação apresentam é uma verdade absoluta, em razão da grande dificuldade de filtragem da informação pela maioria da população. Em razão disso, Silva (*apud* Carvalho, 2010, p.23) traz: quem é mais forte nesse país: a classe política, a Igreja, as Forças Armadas ou a imprensa? Discutível dizer qual delas. Entretanto, é indiscutível que a imprensa

televisiva exerce poderosa influência. Em um país pobre e analfabeto, como o Brasil, a televisão vem exercendo papel preponderante nas mudanças de costume e de padrões de vida da população.

Dessa forma, é preciso analisar que os espectadores e leitores não consomem mais notícias e informação como faziam há anos atrás. Atualmente, eles têm mais acesso às plataformas digitais e a diversos meios de comunicação e podem então escolher a informação que melhor lhe agrada. A sociedade na era digital tem se especializado em filtrar informações e selecionar os seus conteúdos e, com isso, a sua forma de consumir frente aos meios de comunicação foi alterada.

A popularização das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) renova experiências na sociedade e proporciona diferentes práticas sociais e modos de comunicação. As mídias digitais, principalmente a Internet, deixaram de ser exclusivas dos computadores de mesa e passaram a ocupar outros espaços, como ruas, praças, bancos, restaurantes etc. espaços. A cidade contemporânea cercada pela tecnologia experimenta diferentes formas de relações sociais entre seus usuários. As redes sociais digitais permitem que os indivíduos se comuniquem com outros usuários da rede, leiam notícias, avaliem opiniões, façam reivindicações, produzam seu próprio conhecimento, disseminem informações e até mesmo se mobilizem coletivamente (VILAÇA; ARAUJO, 2016).

Em suma, a comunicação de massa passou por uma transformação significativa com o surgimento do consumidor empoderado. Esse novo perfil, caracterizado por sua capacidade de acessar informações de forma rápida e abrangente, valoriza a honestidade e a autenticidade, rejeitando discursos exagerados ou promessas vazias. Além disso, as marcas que desejam se conectar com esse público devem considerar questões de sustentabilidade e responsabilidade social. Esses consumidores estão atentos às práticas éticas e sustentáveis das empresas, valorizando aquelas que demonstram um compromisso genuíno com essas questões.

3.7 A homossexualidade nos meios de comunicação

As noções de representação e representatividade são complexas. No regime de visibilidade em que vivemos, “ser visto” é também uma forma de pressionar os órgãos governamentais por mais direitos e políticas de igualdade, para garantir a dignidade humana de grupos sociais rotineiramente vilipendiados. Daí decorre um dos papéis fundamentais dos meios de comunicação na atualidade: eles são o espaço de visibilidade por excelência (MENDES, 2017).

Há 43 anos, o primeiro personagem gay aparecia na televisão brasileira na novela "O Rebu" da TV Globo. O pesquisador Luiz Eduardo Peret destaca que “até o final da primeira metade da novela, o público não sabia quem morreu, nem se era homem ou mulher. Somente no último capítulo é revelado que o rico Conrad Mahler matou a jovem Silvia por ciúmes dela com seu 'protegido' Cauê. A homossexualidade estreou na novela por meio de um crime "apaixonado" e da dependência financeira de um jovem para um homem mais velho (MENDES, 2017).

A representação estereotipada de gays e lésbicas na mídia tem outras sérias implicações. Ela afeta não só a sociedade heterossexual como também as imagens que homossexuais têm deles mesmos. Por outro lado, uma representação positiva pode ser um caminho para a legitimidade de minorias, já que os meios de comunicação têm um enorme poder de alterar crenças arraigadas. E, dessa forma, estimula o debate e o diálogo mais franco sobre a sexualidade (JUNIOR, 2005).

Historicamente, a representação LGBTQIAPN+ na mídia frequentemente foi negativa ou estereotipada, perpetuando preconceitos e discriminando essa comunidade. Personagens homossexuais muitas vezes eram apresentados de maneira caricata, cômica ou mesmo como vilões. Esse tipo de representação contribuiu para a marginalização e a invisibilidade da comunidade homossexual e reforçou estereótipos prejudiciais.

No entanto, houve uma mudança gradual nos últimos anos. A crescente conscientização sobre questões de diversidade e inclusão levou a um esforço maior para representar a homossexualidade de maneira mais autêntica e positiva nos meios de comunicação. Isso inclui a introdução de personagens LGBTQIAPN+ complexos e multifacetados, cujas histórias não se limitam apenas à sua orientação

sexual, mas também exploram suas vidas, relacionamentos e desafios de maneira mais profunda.

A representação da homossexualidade nos meios de comunicação é um reflexo da sociedade em constante evolução. Enquanto a mídia desempenha um papel crucial na mudança de atitudes e na promoção da aceitação, é importante que as representações sejam autênticas, sensíveis e respeitosas, contribuindo para uma sociedade mais inclusiva e igualitária.

3.8 O papel do jornalismo na conscientização contra a homofobia

Difundida nas sociedades ocidentais, a homofobia é um fenômeno social cujo alcance vai muito além da violência física. Como resultado, as pessoas que não se identificam com o gênero e as performances sexuais heteronormativas são ameaçadas de morte, sofrem agressões físicas de diversos tipos, além de traumas psicológicos sustentados por xingamentos, ridicularizações e outras formas de difamação nocivas.

Para Hjarvard (2014, p. 16), portanto, a mídia não pode ser escolhida como uma espécie de ferramenta para organizações, partidos ou indivíduos; em vez disso, sua presença tornou-se uma condição estrutural das práticas sociais e culturais, tanto em esferas culturais específicas quanto na sociedade em geral (Livingstone, 2009). Os meios de comunicação desempenham um papel crucial na formação da opinião pública e na disseminação de informações. Quando se trata de questões relacionadas à diversidade sexual e de gênero, o jornalismo tem a responsabilidade de educar, informar e sensibilizar a sociedade.

Segundo Carvalho,(2010) Tanto na Folha quanto em O Globo, temas que tratam da homofobia, de forma direta ou apenas por design, aparecem em todas as seções: notícias locais, nacionais (incluindo política), internacional, economia, esportes, cultura e seções especializadas como o Mais!, dedicado a temas do mundo acadêmico e intelectual publicados aos domingos (e desaparecidos na reforma gráfica e editorial da Folha realizada em meados de 2010) e Ela, publicado semanalmente pela Editora O Globo (aos sábados), responsável pelas três matérias que ocuparam a primeira página.

É fundamental que a mídia aja de forma responsável e inclusiva e promova a igualdade, o respeito e a diversidade sexual. Uma maneira pela qual a mídia pode combater a homofobia é por meio da representação. A visibilidade de personagens LGBTQIAPN+ em programas de TV, filmes, novelas, séries e campanhas publicitárias é fundamental para superar estereótipos negativos e promover a empatia. Ao retratar histórias e experiências homossexuais de forma autêntica e positiva, a mídia contribui para quebrar o preconceito e construir uma sociedade mais inclusiva (MOMESSO,2023).

É oportuno destacar que segundo Silva et al, (2020) quanto ao fenômeno da homofobia e cobertura jornalística, esse tema ainda é relevante. No entanto, dada a falta de informação e a ausência de um quadro regulamentar que criminalize este abuso, os meios de comunicação desempenham um papel importante porque, na ausência de dados oficiais, contribuem para o fornecimento de informações necessárias à elaboração de estatísticas. Exemplos disso são os relatórios produzidos por organizações como a extinta Secretaria Especial de Direitos Humanos e o Grupo Gay da Bahia, que há anos utilizam informações disponíveis em jornais e outros meios de comunicação.

O jornalismo também desempenha um papel vital ao denunciar casos de discriminação e violência motivados pela homofobia. Através de investigações rigorosas e reportagens aprofundadas, os jornalistas podem expor a realidade cruel que muitas pessoas enfrentam em suas vidas cotidianas. Essa exposição pode criar pressão pública para a implementação de políticas mais inclusivas e o combate à discriminação.

Além disso, os meios de comunicação podem promover o diálogo público sobre questões LGBTQIAPN+ e fornecer um espaço para discussões construtivas. Isso permite que a sociedade debata abertamente sobre a homofobia, seus efeitos e soluções possíveis. O jornalismo também pode ser um veículo para a promoção de campanhas de conscientização, eventos e iniciativas relacionadas à diversidade sexual e de gênero. Ele desempenha um papel fundamental na conscientização contra o preconceito ao educar, informar e sensibilizar o público. Ao apresentar informações precisas, contar histórias pessoais, denunciar discriminação e promover

o diálogo público, os meios de comunicação podem contribuir para a criação de uma sociedade mais inclusiva e igualitária, onde a homofobia seja combatida e superada.

CONCLUSÃO

Inferese, portanto, que a liberdade de expressão é um direito fundamental, que desempenha um papel crucial na sociedade, permitindo que as vozes individuais sejam ouvidas, ideias sejam debatidas e informações sejam compartilhadas. No entanto, como qualquer direito, a liberdade de expressão não é absoluta e deve ser exercida com responsabilidade. O discurso de ódio, o preconceito e a discriminação são ameaças à dignidade humana e à coexistência pacífica na sociedade.

A imprensa desempenha um papel importante na formação da opinião pública e na promoção da liberdade de expressão. Os jornalistas têm o dever ético de se opor ao discurso de ódio e de respeitar os princípios dos direitos humanos. Entretanto, é importante reconhecer que a pressão sobre os profissionais da comunicação, a sobrecarga de trabalho e a falta de recursos podem levar a lapsos éticos. Portanto, é essencial que a sociedade e os meios de comunicação estejam vigilantes e promovam a educação sobre a importância da tolerância, do respeito e da diversidade.

O sensacionalismo no telejornalismo, exemplificado pelo caso de Sikêra Júnior e sua atuação no programa Alerta Nacional, é uma manifestação que levanta sérias preocupações no que diz respeito à ética jornalística e à responsabilidade da mídia na formação de opinião pública. Em um momento em que a informação circula rapidamente por meio das redes sociais e da internet, a responsabilidade da mídia é ainda maior. A disseminação de discursos sensacionalistas e intolerantes pode ter sérias consequências para a coesão social e a convivência harmoniosa entre diferentes grupos.

A busca incessante por audiência e repercussão, muitas vezes, leva a práticas sensacionalistas, onde o exagero, a emoção e a polarização são utilizados como estratégias para prender a atenção do público. O caso da campanha publicitária da Burger King e a reação de Sikêra Júnior demonstram a necessidade de um debate mais amplo sobre a diversidade e a inclusão na mídia, assim como a importância de se combater discursos de ódio e intolerância.

Em última análise, as marcas, os veículos de comunicação e os jornalistas

devem buscar um equilíbrio entre seus interesses comerciais e a responsabilidade ética. A transparência, o diálogo aberto e o compromisso com a diversidade e a inclusão são essenciais para manter a integridade e a credibilidade de todas as partes envolvidas.

REFERÊNCIAS

ANGRIMANI, D. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995.

ANDRADE, André Gustavo Corrêa de. **Liberdade de expressão em tempos de cólera**. Rio de Janeiro: GZ, 2020.

ANDRADE, Ranyelle. **Sikêra Jr. se descontrola ao falar de comercial LGBTQIA+: “Nojentos”**. Disponível em: <
<https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/sikera-jr-se-descontrola-ao-falar-de-comercial-lgbtqia-nojento>>. Acesso em: 02 de jun. de 2023.

ARAGÃO, Silvia. **Consumidores mais exigentes e empoderado**. Disponível em: <
<http://clientes.com.br/artigos/65492/consumidores-mais-exigentes-e-empoderados>>. Acesso em: 06 de jun. de 2023.

BARBOSA, Leandro. **Sikêra Jr é absolvido pelo TJSP, após chamar gays de “raça desgraçada**. Disponível em: <
<https://www.metropoles.com/brasil/sikera-jr-e-absolvido-pelo-tjsp-apos-chamar-gays-de-raca-desgracada>>. Acesso em: 02 de jun. de 2023.

BASTOS, Celso Ribeiro. **Dicionário de Direito Constitucional**. São Paulo: Saraiva, 1994.

BARCELLOS, Zaneij; ALVETTI. **Jornalismo cidadão, uma proposta brasileira ao jornalismo cívico**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Estudos discursivos da intolerância: o ator da enunciação excessivo**. Cadernos de Estudos Linguísticos. 2016.

BAYER, Diego Augusto. **O discurso da mídia e sua desinformação através dos espetáculos criados**. Disponível em: <
<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-discurso-da-midia-e-sua-desinformacao-atraves-dos-espetaculos-criados/121943203>>. Acesso em: 07 de jun. de 2023.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de direito penal. Parte especial: dos crimes contra a pessoa**. 8.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

BRANCO, Alberto Manuel Vara. **A ética e a informação: O jornalista como profissional e o jornalista como pessoa.** 2009. Disponível em: <<http://www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf>>. Acesso em: 15 de mai. de 2023.

BRASIL. **[Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Brasília, DF: Presidência da República, [2020]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 12 jan. 2023.

BRITO, Iolanda, A. S. Rodrigues de, **Liberdade de Expressão e Honra das Figuras Públicas**, 1.^a ed., Coimbra Editora, 2010.

CALDAS, Graça. **Leitura crítica da mídia.** Revista Comunicarte. Puccamp: v. 19, n. 25, p. 133-144, 2002.

CHAGAS, Inara. **Discurso de ódio o que caracteriza essa prática e como podemos combatê-la?** Disponível em: <<https://www.politize.com.br/discurso-de-odio-o-que-e/>>. Acesso em: 05 de jun. de 2023

CARVALHO, Paula Ieno. **DOS CRIMES CONTRA A HONRA.** Disponível em: <<https://fadiva.edu.br/documentos/jusfadiva/2006/11.pdf>>. Acesso em: 03 de jun. de 2023.

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Atores em disputa de sentido: jornalismo e homofobia nas narrativas da Folha de S. Paulo e O Globo.** 2010. Doutorado (Comunicação Social) UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Por um novo código, por uma nova ética.** Disponível em: <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/educacao-e-cidadania/caderno-da-cidadania/por-um-novo-codigo-por-uma-nova-etica/>>. Acesso em: 14 de mai. de 2023.

Código de Ética do Jornalista Brasileiro. Federação Nacional dos Jornalistas Brasileiros - Fenaj, 1986.

CORNU, Daniel. **Ética da informação.** Bauru- SP: Edusc, 1998.

DALLARI, Dalmo de Abreu. **Intolerância racial e religiosa: óbices à**

democracia. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2009.

D'URSO, Luiz Flávio Borges. **Na democracia, a liberdade de expressão deve ter limites?**. Disponível em: <<https://www.oabsp.org.br/sobre-oabsp/palavra-do-presidente/2010/142>>. Acesso em: 06 de jun. de 2023

FIORILO, Bruno Viudes. **Os Limites da Liberdade de Imprensa no Estado Democrático de Direito.** Dissertação (Em comunicação). Universidade Cásper Líbero. São Paulo. 2010.

HOLEMS, Kim. **As origens do discurso de ódio.** Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/justica/as-origens-dodiscurso-de-odio-4u9dajxz26jm024iarcawbfwn/>>. Acesso em: 03 de jun. de 2023.

IASON, Giselle de Melo Carvalho. **OS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE NOTÍCIAS Análise comparativa entre o Jornal Nacional e a Folha de S. Paulo.** Disponível em: <<https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/02/06-Os-crit%C3%A9rios-de-sele%C3%A7%C3%A3o-de-not%C3%ADcias.pdf>>. Acesso em: 06 de jun. de 2023.

IGNÁCIO, Bruno. **O que é necessário para reagir a discursos de ódio na internet?**. Disponível em:< <https://tecnoblog.net/especiais/o-que-e-necessario-para-reagir-a-discursos-de-odio-na-internet/>>. Acesso em: 08 de jul. de 2023.

JUNIOR, Jorge Luiz da Silva. GUEI: **NEM COMÉDIA NEM DRAMA, UM PROGRAMA DE TV CONTRA O PRECONCEITO.** Disponível em:<<https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/JSilva.pdf>>. Acesso em: 07 de jul. de 2023

LIMA, Marcus Antônio Assis; MOTA e MOTA. **Análise cívica do jornalismo: categorias para avaliação de produtos jornalísticos.** Contemporanea | comunicação e cultura - v.12 – n.03 – set-dez 2014 – p. 650-667

LIMA, Marcus Antônio Assis; FILHO. **Jornalismo, Democracia e Educação: algumas reflexões sobre o Jornalismo Cívico.** Intercom – RBCC São Paulo, v.35, n.2, p. 39-60. . 2012.

LOURINHO, Luna Cléa Corrêa. **Os limites da liberdade de expressão: uma**

análise sobre a liberdade negativa e a liberdade positiva. Revice - Revista de Ciências do Estado, Belo Horizonte, v.2, n.1, p. 460-467, jan./jul. 2017.

ELLO, Celso Antonio de. **A importância fundamental da liberdade de imprensa.** Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2023-mar-18/celso-mello-importancia-fundamental-liberdade-imprensa/>>. Acesso em: 06 de jun. de 2023.

MENEZES, Matheus. **Sikera Jr ofende os homossexuais e acusa a propaganda da Burger King de pedofilia.** Disponível em: <<https://rd1.com.br/sikera-jr-ofende-homossexuais-e-acusa-propaganda-da-burger-king-de-pedofilia/>>. Acesso em: 02 de jun. de 2023.

MERCURI, Karen Tank; LIMA-LOPES. **Discurso de ódio em mídias sociais como estratégia de persuasão popular.** Trab. Ling. Aplic., Campinas, n(59.2): 1216-1238, mai./ago. 2020.

MERELES, Carla. **Liberdade de expressão e liberdade de imprensa: diferenças.** Disponível em: <<https://www.politize.com.br/liberdade-de-expressao-liberdade-de-imprensa>>. Acesso em: 04 de jul. de 2023.

MOTA & MOTA, Flávia Moreira. **Análise cívica do jornalismo: uma proposta de categorias para avaliação de produtos jornalísticos.** 2014. Mestre (em Letras) UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA. Vitória da Conquista-BA. 2014

MOMESSO, Thais. **O Crime de Homofobia e a importância da mídia no combate a discriminação.** Disponível em:<<https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-crime-de-homofobia-e-a-importancia-da-midia-no-combate-a-discriminacao/1838738764>>. Acesso em: 07 de jul. de 2023

MOURA, Paula. **Justiça dá decisão favorável a Sikêra Junior contra Sleeping Giants.** Disponível em: <<https://pleno.news/entretenimento/tv/justica-da-decisao-favoravel-a-sikera-jr-contra-sleeping-giants.html>>. Acesso em: 03 de jul. de 2023

NASCIMENTO, Joyce Mazzoco do; NERYS. **A ética no jornalismo e o limite da liberdade de expressão.** Disponível em: <

<https://www.migalhas.com.br/depeso/370811/a-etica-no-jornalismo-e-o-limite-da-liberdade-de-expressao>>. Acesso em: 04 de jul. de 2023.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso - princípios e procedimentos**. Revista da Anpol 8. Rio de Janeiro. 2000.

Organização dos Estados Americanos, Convenção Americana de Direitos Humanos ("**Pacto de San José de Costa Rica**"), 1969.

PEREIRA, Carolina Rodrigues. **A influência da publicidade na produção jornalística**. Graduação(Comunicação Social). Faculdade de Comunicação Social da UFJF. Juiz de Fora. 2005.

PINTO, Indiara Liz Fazolo. **Liberdade de expressão, Lei de Imprensa e discurso do ódio – Da restrição como violação à limitação como proteção**. Revista de Direito. 2013.

PRAS, Marco; ROSA. **No lugar do outro: o papel do jornalismo na conscientização contra a homofobia**. SBPJor–Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo. 2017.

PSHEIDT, Kristian Rodrigo. **A liberdade de expressão e a regulamentação da profissão de jornalista, analisados em um contexto político, social e jurídico**. Revista Jurídica Uniandrade. N.31, v.1, (2020).

PELLIZZARI, Bruno Henrique Miniuchi; BARRETO JU, Irineu Francisco. **Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação: ditadura do algoritmo e entropia na internet**. Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias. Belém. 2019.

PUCCINELLI JUNIOR, André. **Curso de Direito Constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2012.

QUADRADO, Jaqueline Carvalho; FERREIRA. **Ódio e intolerância nas redes sociais digitais**. R. Katál., Florianópolis. 2020.

RADMANN, Elis. **O consumidor de hoje não é o de ontem e não será o de amanhã!**. Disponível em: < <https://www.coletiva.net/colunas/o-consumidor-de-hoje-nao-e-o-de-ontem-e-nao-sera-o-de-amanha-,321853.jhtml>>. Acesso em: 06

de jun. de 2023.

RODRIGUES, Adriano. **Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação**. Porto: Ed. do Porto, 1994.

SHAFFER, Gilberto; LEIVAS; SANTOS. **Discurso de ódio Da abordagem conceitual ao discurso parlamentar**. RIL Brasília a. 52 n. 207 jul./set. 2015 p. 143-158.

SILVA, José Afonso da. **Aplicabilidade das normas constitucionais**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1968.

SILVA, Rosane Leal da, et al. **Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira**. REVISTA DIREITO GV, SÃO PAULO 7(2) | P. 445- 468 | JUL-DEZ 2011.

SILVA, Ricardo Duarte Gomes da. **O papel social do jornalismo cívico e a interação midiática entre o jornalista e as minorias sociais**. Revista de C. Humanas, Viçosa, v. 12, n. 1, p. 52-65, jan./jun. 2012.

SILVA, Cesar Dario Mariano da. **Afinal, qual o limite da liberdade de manifestação do pensamento?**. Disponível em: <
<https://www.conjur.com.br/2021-set-09/dario-qual-limite-liberdade-manifestacao-pensamento>>. Acesso em: 06 de jun. de 2023.

SILVA, Adriano da; et al. **A violência homofóbica no Rio de Janeiro a partir do jornalismo digital***. Silva A, Njaine K, Oliveira QBM, Pinto LW. A violência homofóbica no Rio de Janeiro a partir do jornalismo digital. Interface (Botucatu). 2020.

SOUSA, Nuno e. **A liberdade de imprensa**. Coimbra: Coimbra, 1984, p. 137.

MENDES, Gisele. **Representação de LGBTs na mídia: entre o silêncio e o estereótipo**. Disponível em:<
<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/representacao-de-lgbts-na-midia-entre-o-silencio-e-o-estereotipo/>>. Acesso em: 07 de jun. de 2023.

SCORTEGAGNA, Laís Cerutti. **Jornalismo cívico: a arte de fazer a democracia**

funcionar. 2013. Bacharel (Comunicação Social). PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL. Porto Alegre. 2013.

TRINDADE, Livia do Amaral. **Telejornalismo sensacionalista e redução da maioria penal: percepções de mulheres sobre direitos humanos e o adolescente em conflito com a lei.** 2017. Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa de; ARAUJO. **TECNOLOGIA, SOCIEDADE E EDUCAÇÃO NA ERA DIGITAL.** Unigranrio. Duque de Caxias. 2016.

WALDRON, Jeremy. **Dignity and Defamation: the Visibility of Hate.** *Harvard Law Review*, v.123, n.1596 (2010), p. 1597-1657.