

**A PRODUÇÃO/FABRICAÇÃO DA MENTIRA PELAS
TELETECNOLOGIAS MIDIÁTICAS DE COMUNICAÇÃO: A PSEUDO-
VERDADE**

**THE PRODUCTION / FABRICATION OF LIES BY MEANS OF
COMMUNICATION TELE-TECHNOLOGIES: PSEUDO-TRUTH**

José Olímpio dos Santos Neto
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Resumo: O objetivo deste artigo é mostrar como se dá o processo de produção/fabricação da mentira pelas empresas jornalísticas que utilizam as modernas tecnologias midiáticas de informação. Nossa abordagem do tema pretende chegar ao resultado da mentira não como uma *pós-verdade*, termo em voga atualmente, mas como o que denominamos *pseudo-verdade*. Estabeleceremos as relações entre a mentira e a performatividade, e analisaremos os seus efeitos. Finalmente, estabeleceremos uma conclusão baseada em alguns conceitos, conversões e descrição de efeitos.

Palavras-chave: mentira, tecnologias, mídia, pseudo-verdade.

Abstract: The aim of this article is to show how the process of production / production of lies occurs by journalistic companies that use the modern media technologies of information. Our approach to the subject aims to arrive at the result of the lie not as a post-truth, term currently in vogue, but as what we call pseudo-truth. We will establish the relationships between lies and performativity, and we will analyze their effects. Finally, we will draw a conclusion based on some concepts, conversions and description of effects.

Keywords: lies, technologies, media, pseudo-truth.

1a Parte - DERRIDA E A MENTIRA

Derrida define a mentira, em *História da Mentira-Prolegômenos*, como *um ato intencional, um mentir*, então mentir seria dirigir a outrem um ou mais enunciados constataivos ou performativos, cujo mentiroso sabe serem total ou parcialmente falsos. A partir desta definição podemos expor algumas considerações sobre a mentira: sua classificação, sua definição negativa, sua teleologia e o seu paradoxo.

Podemos classificar a mentira na categoria do *pseudológico*, sendo que *pseudos*, em grego significa: mentira, falsidade, ardil, erro, engano propositado, fraude, invenção poética. Podemos definir negativamente a mentira: ela não é nem um erro nem consiste no auto-engano, pois não se pode mentir para si mesmo. Portanto, descartaremos do *pseudos* o significado de erro. Já a teleologia ou finalidade da mentira é única: enganar o outro, o que pode abrir caminho para toda uma série de questionamentos éticos. O que denominamos *paradoxo da mentira* é que a mentira ela mesma não existe, o que existe, segundo Derrida, é um dizer ou querer-dizer que se chama mentir.

Na sua apreciação sobre a mentira, Derrida encontra em Hannah Arendt uma interlocutora valiosa. Para os propósitos deste artigo, contudo, devo descartar as abordagens históricas da mentira para me concentrar nas abordagens relativas à produção midiática da mentira e seus desdobramentos. Derrida destaca a importância de Arendt nesta seara, pois ela estabelece umnexo de causalidade entre a mentira e a política e afirma a necessidade e a legitimidade da mentira para os políticos em geral, desde os demagogos até os verdadeiros estadistas. Derrida destaca um ponto importante: Arendt detecta um crescimento hiperbólico da mentira na política, que crece até atingir um limite insuperável e se torna uma mentira completa e definitiva, através da manipulação moderna dos fatos. Esta manipulação se dá pelos meios de comunicação de massa, com destaque para os jornais. O cerne da manipulação é um processo de *construção de imagens*, no qual a imagem criada, por ela denominada imagem-substituto, acaba por adquirir proeminência em relação à imagem real.

AS TELETECNOLOGIAS MIDIÁTICAS E A MENTIRA

A partir de agora, observamos que a produção de mentiras e falsificações pela mídia gera efeitos, que denominamos efeitos de mídia. O alegado crescimento hiperbólico da mentira na política não seria possível sem as teletecnologias midiáticas. A mídia (jornais, rádio, televisão, Internet, redes sociais, etc) também tem poderes de gerar transformações na realidade

que ela busca retratar. O crescimento da mentira até o atingimento do seu limite máximo e insuperável, através da manipulação dos fatos veiculados na mídia, gera um efeito de transformação: a mentira que era provisória e pontual passa a ser de caráter estável, perene e não refutável. Mas como se dá o mencionado processo de manipulação? Através da *construção de imagens* pela mídia. O alcance da manipulação é vasto e atinge as massas populares em sua totalidade, mas também os indivíduos em suas opiniões. A construção de imagens gera um *efeito substitutivo*: as imagens criadas, produzidas, fabricadas, substituem a realidade, esse *simulacro-substituto* acaba por se superpor à realidade. Nós preferimos denominar a *imagem-substituto* como *imagem-mentira*, pois a sua função de substituição é desempenhada com tamanha eficiência que ela termina por abandonar o status de mero representante do real e toma, usurpa o lugar do real, e passa a ser o seu substituto, um substituto mentiroso. A *imagem-substituto* deixa de ser apenas a dissimulação encobridora da realidade para se tornar o destruidor da própria realidade. Notamos, e este não deixa de ser um aspecto relevante, que a violência desse ato transformador em geral passa despercebida, já que a destruição da realidade operada pela mídia não aparece como tal aos olhos de quem vê, de tão bem dissimulada que ela é.

Derrida reconheceu, argutamente, dois fatores: a relação entre *res publica* e mídia, e a mutação do estatuto da imagem. A coisa pública, os assuntos públicos, de interesse público, estão intimamente ligados à mídia. Derrida nos fornece um exemplo: nos anos 90, o então Presidente francês Jacques Chirac reconheceu publicamente a culpabilidade do Estado Francês no episódio do massacre do Vel'd'Hiv. Esse foi um triste episódio da Segunda Guerra Mundial: na França ocupada vigorava o Governo de Vichy, que colaborava com os nazistas. As forças policiais francesas entregaram milhares de judeus para posterior deportação para a Alemanha, esses judeus ficavam no Vel'd'Hiv, o velódromo de inverno, segregados e aguardando a viagem para a Alemanha, onde seriam transportados para campos de concentração. Este episódio representou uma grande vergonha para a França, e Chirac reconheceu, como Chefe de Estado, a culpa do Estado Francês. Posteriormente o velódromo foi demolido. A partir da fala de Chirac, publicada nos grandes jornais, como o *New York Times*, ocorre outra mutação, desta vez no estatuto da verdade, que passa de verdade proclamada (a fala de Chirac) para uma verdade pública, nacional e internacional, com estatuto de estabilidade e autoridade. Fica muito claro o poder da mídia de amplificar o alcance, a ressonância, a repercussão de um fato. Se não fosse publicada, a declaração de Chirac chegaria a pouquíssimas pessoas e jamais geraria os efeitos que comentamos.

Entendemos como sendo de fundamental importância para pensarmos o poder e a repercussão da mídia um conceito que Derrida utiliza com certa frequência: a performatividade. Segundo Osvaldo Giacoia Júnior, podemos entender o performativo como uma situação, estado, condição ou efeito realizado no e pelo próprio transcurso de um determinado ato de enunciação (ex: eu te batizo). Nessa acepção, o ato de fala performativo se opõe ao constativo, que se refere à qualidade da proposição ou juízo ou enuncia um determinado estado de coisas (GIACOIA, p.140). O filósofo franco-argelino entende que a legitimidade de um Estado soberano, como o francês, por exemplo, é um ato performativo. Quando os performativos tem sucesso, eles produzem uma verdade cujo poder se impõe às vezes para sempre. Ora, essa produção nada mais é que uma fabricação, ou seja, é artefactual, artificial (técnica) e atual. O conceito de artefactualidade se encontra em *Échographies de la télévision*, livro publicado em 1996, com entrevistas de Jacques Derrida a Bernard Stiegler.

Derrida utiliza a palavra *contre-vérité*, *contra-verdade*, para explicar que a mídia produz contra-verdades pela sua própria força e também pela força de figuras de autoridade a serviço da mídia. Por exemplo, um grande jornal publica uma matéria sabidamente mentirosa, mas essa matéria é co-escrita por uma figura de autoridade, um especialista em um determinado campo de conhecimento, como um professor universitário. Nos Estados Unidos, por exemplo, a palavra de um professor universitário goza de grande prestígio e presunção de veracidade. Derrida citou, a esse respeito, uma entrevista do professor Tony Judt ao jornal *The New York Times* na qual ele falou uma série de mentiras, inclusive com respeito a Foucault e Sartre. Para Derrida, o poder capitalístico-tecnológico da mídia produz efeitos de verdade ou de contra-verdade persistentes e indelévels, ou seja, o que foi publicado passa a ser uma verdade imutável e inatacável. A contra-verdade adquire um *status peculiar*, pois não pertence nem a categoria da mentira, nem do erro ou da ignorância. Poderíamos considerá-la, a princípio, como a desconstrução da mentira... Observamos que *contre-vérité*, no sentido corrente em francês, tem o duplo sentido de mentira e de ironia. Derrida a utiliza como o resultado da desconstrução da mentira.

A PSEUDO-VERDADE E SEUS EFEITOS

Até aqui seguimos um caminho, muito focado nos textos derridiano *História da Mentira* e *Échographies de la télévision*, a partir daqui mostraremos algumas de nossas conclusões, que passam pela elaboração de um novo conceito, a *pseudo-verdade*, e a análise de conversões ou mutações e os efeitos gerados pelas teletecnologias midiáticas.

Não utilizaremos, nesse artigo, nem o conceito derridiano de *contra-verdade* nem o conceito de *pós-verdade*, tão em voga atualmente. Preferimos utilizar a denominação de *pseudo-verdade*, que melhor se adequa aos meus objetivos. Por que pseudo-verdade? Entendemos que pseudo-verdade tem uma abrangência semântica maior- lembremos o significado etimológico do *pseudos* grego: mentira, falsidade, ardil, engano propositado, fraude. Em todos os casos em que vemos a ação da mídia na fabricação de mentiras percebemos o caráter múltiplo do termo: a pseudo-verdade é enganosa, ardilosa, induz ao erro, tem a intenção deliberada de confundir o outro, de iludi-lo, e opera uma *torção ética*, pois a finalidade da pseudo-verdade é perversa, jamais é no sentido de um agir correto no sentido de informar a verdade ao público. Lembremos, pois, a polissemia de todos esses conceitos: mentira, contra-verdade, pseudo-verdade.

Acrescento que a pseudo-verdade age através de conversões ou mutações, ela transforma, por exemplo, uma verdade proclamada em uma verdade estável e autorizada (como no caso de Chirac e o *Vel'dHiv*), mas a mídia também converte a imagem-simulacro no que denominamos imagem-mentira. Diversos exemplos podem ser dados a esse respeito, na política. Escolheremos um singelo exemplo: nas eleições presidenciais de 1989, a rede Globo editou de forma bastante tendenciosa o debate entre os candidatos Lula e Collor, através de diversos artifícios: deu maior tempo ao Collor e omitiu momentos em que esse se saía pior. Quem viu o debate inteiro acreditou que Lula teve melhor desempenho, já quem viu a versão editada acreditou na supremacia do Collor. O alcance da rede Globo, a emissora de maior audiência no país, e que naquela época não sofria a concorrência de outras mídias, que não existiam (Internet e redes sociais) era imenso e terminou por influenciar o eleitorado a favor de Collor, candidato por ela apoiado. Temos aqui uma mostra de como a imagem-simulacro, quer dizer, a imagem que representa uma seleção, uma filtragem da realidade pela mídia, acaba se tornando a própria realidade, acaba substituindo a realidade, acaba sendo a imagem-mentira, uma imagem *construída artefactualmente*, com caráter tecnoperformativo e cuja mentira revela todo o alcance de dimensões da falsidade, do ardil, do engano proposital, da fraude.

Quanto aos efeitos, podemos pensar em uma série deles. A mídia teletecnológica produz efeitos de mídia, efeitos de verdade, efeitos performativos. Retornaremos a eles posteriormente. Outras características perversas e dissimulada da mídia são a supressão do contraditório, a persistência dos efeitos no tempo e a alteração do status ontológico da verdade. A *supressão do contraditório* reside na descomunal diferença de poder da mídia com relação ao cidadão: uma reportagem com cunho difamatório produz um dano considerável, e o que chamo de supressão do contraditório é a dificuldade do cidadão de ter direito ao seu direito de resposta com alcance

proporcional ao que foi publicado. Na maior parte das vezes a resposta do ofendido sequer é publicada; e mesmo quando é, muitas vezes a resposta é completamente desproporcional à reportagem ofensiva, a resposta sai em poucas linhas em algum canto escondido do jornal, enquanto a ofensa sai com destaque absoluto em letras garrafais na capa do jornal, o que lhe garante visibilidade e impacto muito maiores. Geralmente a supressão do contraditório caminha de mãos dadas com uma certa *crença* dos meios de comunicação, uma crença cínica e dissimlada na sua infalibilidade, daí a extrema dificuldade que vemos, na prática, de um jornal reconhecer um erro e pedir desculpas por uma reportagem mentirosa e que causou danos, às vezes nem judicialmente se consegue a retratação, quanto mais a reparação pecuniária pelos danos...

As teletecnologias midiáticas, devido à suas características peculiares, dentre as quais a possibilidade de repetição infinita, gera a *persistência dos seus efeitos*. A iterabilidade, ou seja, a possibilidade de repetição *ad eternum* de uma reportagem pela mídia tem o condão de produzir um resultado maléfico, pois temos a pseudo-verdade amplificada e eternizada pela mídia, que adquire valor de verdade, é percebida como verdade pela população e cujos efeitos nunca terminam. Quem já viu algum exemplo de desafeto da mídia, como Brizola ou Lula, sabe do que estamos falando aqui, abordaremos este assunto na última parte deste artigo. A pseudo-verdade gera efeitos prejudiciais (aos desafetos da mídia) que se estendem no tempo e que terminam por ressignificá-los, na recepção do público, identificando-os com a imagem-mentira propagada pela mídia.

Chamamos a atenção para outro fenômeno causado pela mídia, que nomeamos *alteração do status ontológico da verdade*. A pseudo-verdade, que entendemos como um resultado perverso das teletecnologias midiáticas, é a produção/fabricação da mentira com caráter tecnoperformativo. Se imaginarmos a comunicação como um processo de atos, de ações comunicativas entre pessoas, mediadas pelas teletecnologias, partimos da definição metafísica de ato como o ser de um determinado ente em sua efetividade, como consecução de uma ação, como exercício efetivo de uma atividade. Um ato de comunicação em tese, busca a verdade, ou deveria buscar, esse é o seu ser, a sua essência. A partir do momento que a mídia fabrica a pseudo-verdade, ela opera um desvio de finalidade, uma alteração ontológica do status de verdade, se entendermos aqui a verdade como o ser, como o ser como finalidade do ato mesmo.

2a Parte – UM EXEMPLO DA PSEUDO-VERDADE NO BRASIL: O CASO LULA

Entendemos necessário, para melhor ilustração e contextualização dos conceitos apresentados nesse trabalho, abordar o caso do *lawfare* que envolve o ex-Presidente Lula, com o apoio substancial da mídia brasileira, com destaque para as Organizações Globo. Podemos definir *lawfare* como guerra jurídica, esta palavra-valise, composta por duas palavras: *law*, lei, e *warfare*, guerra, define um fenômeno relativamente recente na qual a lei é utilizada como arma de guerra, contra alguém. Contudo, a repercussão absurda deste processo não seria possível sem a contribuição decisiva da mídia. Deixaremos de lado, por fugir ao escopo deste trabalho, os aspectos puramente jurídicos do caso, e apresentaremos uma nova relação: entre a pseudo-verdade e o *acontecimento tecnoperformatizado* pela mídia.

Apresento a seguir alguns argumentos retirados de um texto da jornalista Bia Barbosa, a respeito da cobertura da Rede Globo e do seu Jornal Nacional, doravante denominado JN, acerca da condução coercitiva de Lula, no dia 4 de março de 2016, para depoimento, publicado no Intervozes, disponível em <https://outraspalavras.net/outrasmidias/destaque-outras-midias/o-papel-da-globo-na-perseguiacao-a-lula/>. Segundo a jornalista do mencionado blog, o primeiro bloco do JN teve 21 minutos de matérias, em tom desfavorável ao Lula, e apenas 50 segundos, ou seja, 25 vezes menos de tempo, para a apresentação da defesa de Lula. Na matéria de 6 minutos e 10 segundos sobre os pagamentos que o Instituto Lula e a LILS receberam por palestras feitas pelo ex-presidente, somente a Polícia Federal falou. No segundo bloco do JN, mais 15 minutos de matérias, sendo apenas 20 segundos com a posição do ex-presidente e 20 com uma fala de Paulo Okamoto, presidente do Instituto Lula. A defesa dos empresários acusados de envolvimento nas obras do sítio de Atibaia foi lida pelos apresentadores na bancada, totalizando pouco mais de um minuto e meio. Na matéria sobre o triplex do Guarujá, sete segundos para citar a nota do Instituto Lula em 2 minutos e cinquenta segundos de reportagem. Depois de quase 40 minutos do JN, foi ao ar a primeira fala de Lula, na matéria sobre a declaração que ele fez à imprensa e à militância na sede do Diretório Nacional do PT. Lula teve voz por 7 minutos e meio. Um minuto e quinze de Dilma criticando a operação vieram na sequência. Rui Falcão, presidente do partido, teve direito a 16 segundos. Na matéria sobre as repercussões no Congresso, 1 minuto para a oposição e 30 segundos para o PT – e mais 2 do repórter divulgando informações de como a direita pretende paralisar o Parlamento até o impeachment sair. Na matéria sobre os atos que aconteceram pelo País, o mesmo número de citações para os atos pró e contra Lula, independentemente da gritante diferença entre o número de pessoas que eles mobilizaram. Depois, mais 1 minuto só para mostrar as pessoas que, atendendo ao chamado da oposição, bateram panelas ou aplaudiram o início da transmissão do JN1. Do outro lado, mais de 2 minutos mostrando militantes do PT hostilizando repórteres

da Globo. Durante a tarde, na *GloboNews*, a empresa já tinha batido várias vezes na tecla de que “o PT está inflando a militância para o confronto”, desconsiderando totalmente a legitimidade de quem está sendo atacado se defender também nas ruas. Gerson Camarotti entrou pela Internet do aeroporto de Congonhas para dizer: “O que estamos vendo em Congonhas é uma amostra do que o PT está deflagrando hoje”, numa absurda inversão dos fatos. O JN trouxe ainda uma matéria sobre “os destaques negativos” na imprensa internacional, por mais 2 minutos. E informou que o mercado reagiu positivamente aos fatos, com alta na Bolsa de São Paulo e queda no valor dólar. Totalizando, foram 64 minutos de matérias acusando Lula e publicizado os argumentos e informações da PF, dos quais menos de 13 com o outro lado. *Um dos principais assuntos em discussão ao longo do dia, a legalidade da condução coercitiva de Lula e de mais dez investigados, não mereceu a atenção do Jornal Nacional*. Nem mesmo a opinião dos quatro especialistas em direito penal que foram chamados pela *GloboNews* ao longo do dia e que, de forma unânime, falaram que tal condução não tinha fundamento legal convenceram o JN. Nenhuma menção à declaração contundente de dois ministros do STF que consideraram a ação da PF arbitrária, citamos um deles, o Ministro Marco Aurélio, que disse que “o atropelamento não conduz a coisa alguma. Só gera incerteza jurídica para todos os cidadãos. Amanhã constroem um paredão na praça dos Três Poderes“. E criticou o argumento utilizado pelo juiz Sérgio Moro para embasar a condução coercitiva de Lula: “Será que ele queria essa proteção? Eu acredito que na verdade esse argumento foi dado para justificar um ato de força (...) Isso implica em retrocesso, e não em avanço.” *Mas a Globo não achou importante ouvir o STF neste caso*. Pelo contrário, colocou declarações da OAB e de associações de magistrados e procuradores que defenderam a ação da PF. Para além da edição desta sexta do Jornal Nacional, a cobertura deste “dia histórico”, como afirmaram os comentaristas da Globo, contou com vários aspectos condenáveis. Um deles foi o discurso claro de que a economia só vai melhorar quando o governo mudar. Outro, a acusação de que Lula está, “uma vez mais”, dividindo o país, fazendo um discurso de “perseguição e orquestração”. A comentarista política da Globo News, Cristiana Lobo, chegou a falar em “síndrome de perseguição”. Às 20h, a *Globonews* fez um “resumo das declarações do dia”, mas nenhuma foi crítica à operação. Não é muito difícil concordar com a tese da orquestração, sobretudo quando se sabe que jornalistas de diferentes veículos tomaram conhecimento da operação Aletheia antes mesmo dos advogados dos acusados, já que os vazamentos para a mídia ocorreram de forma seletiva e indiscriminada, privilegiando alguns veículos de imprensa, como por exemplo a revista *Veja* e o blog *Antagonista*, do jornalista Rodrigo Mainardi, ele mesmo ex-*Veja*. A esse respeito, lembramos que o juiz Sérgio Moro declarou categoricamente, em seu artigo

Considerações sobre a Operação Mani Pulite (Mãos Limpas) disponível em <https://www.conjur.com.br/dl/artigo-moro-mani-pulite.pdf>, que os responsáveis pela operação Mani Pulite ainda fizeram largo uso da imprensa, e que a investigação “vazava como uma peneira”, que os vazamentos serviram a um propósito útil, o de manter elevado o interesse do público e os líderes partidários na defensiva. Ressaltou ainda que, especialmente na luta contra a Máfia, a magistratura exercita um poder pró-ativo, em substituição a um poder político impotente.

Comentaremos algumas partes do documento Princípios Editoriais do Grupo Globo, disponível em <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>, para análise da cobertura jornalística de alguns episódios envolvendo o ex-Presidente Lula, e finalmente, concluiremos utilizando alguns dos conceitos já apresentados na primeira parte deste artigo. Vamos então confrontar a teoria e a prática do Grupo Globo, que define o jornalismo como um conjunto de atividades que, segundo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. E mais, considera o jornalismo como uma forma de apreensão da realidade, e relaciona à produção do conhecimento, pelo jornalismo, à busca da verdade dos fatos. Afirma que o propósito do jornalismo é informar e produzir conhecimento, e desconsidera, como sendo de caráter político-ideológico, qualquer veículo que tenha a intenção de convencer, atrair adeptos, defender uma causa, enfim, fazer propaganda. O Grupo Globo considera como atributos da informação de qualidade a isenção, a correção e a agilidade. Define a isenção como objetivo consciente e formalmente declarado. E ainda, o Grupo Globo afirma ser apartidário, independente de governos e grupos econômicos, e tem o dever de ser transparente em suas ações e em seus propósitos.

Se aceitarmos a afirmação de que o jornalismo produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas, é forçoso reconhecer a superficialidade desse conhecimento. Sabemos que esta superficialidade se traduz apenas em uma aparência de conhecimento, e não no conhecimento verdadeiro, já que a um primeiro olhar não surge toda a cadeia causal de eventos que permanece oculta. Oportuno ressaltar que, se a realidade surgisse em sua plenitude e complexidade logo ao primeiro olhar, toda a ciência seria desnecessária. Portanto, esse conhecimento, além de superficial, é incompleto, e termina por se tornar parcial e tendencioso. A partir do momento em que falseia a realidade, através de diversos artifícios – omissão, seletividade de informações, distorções dos fatos, etc – o Grupo Globo fabrica mentiras e desmente sua intenção de buscar a verdade dos fatos.

A afirmação do Grupo Globo de que faz cobertura isenta dos fatos não resiste a um exame sumário. Como demonstrou a jornalista Bia Barbosa, a falta de isenção se mostrou

cristalina de diversas maneiras: no tempo desproporcional de televisão concedido em matérias de cunho desfavorável ao Lula, em relação ao tempo de defesa. Também a seletividade se mostrou com força ao dar o mesmo destaque à manifestações pró e contra Lula, ignorando o fato de que as manifestações em seu apoio envolviam quantidade de pessoas consideravelmente maior. O fato de omitir em seu noticiário declarações de figuras de autoridade como o Ministro do STF Marco Aurélio, contrárias à condução coercitiva de Lula, demonstra cabalmente a sua falta de isenção e de imparcialidade.

O Grupo Globo, de modo dissimulado, deixa de reconhecer suas ações como realmente o que são: de caráter ideológico, e finge desconhecer todo o seu poder de influência e de convencimento. Marilena Chauí define a ideologia como um conjunto de representações, de regras e também de normas, cuja função é dar aos membros de uma sociedade de classes uma explicação racional para as diferenças sociais, políticas e culturais, sem jamais atribuir estas diferenças à divisão da sociedade em classes. Neste caso, o que o Grupo Globo faz é reproduzir a ideologia da classe dominante, dos “donos do poder”, mas o faz de modo acríptico e dissimulado, o que termina por naturalizar esta ideologia, o que contribui para escondê-la ainda mais da população, a ponto de torná-la invisível.

A cobertura do Grupo Globo não pode ser considerada apartidária de forma nenhuma. Desde o escândalo do Mensalão, em 2005, o que se nota é a clara seletividade contra o PT: escândalos semelhantes do PSDB, por exemplo, são ignorados ou noticiados com pouco destaque. Ainda mais risível é a sua afirmação de ser independente de Governos (pois recebe fartas verbas publicitárias governamentais) e de grupos econômicos (que muitas vezes são os mesmos que patrocinam campanhas eleitorais e governos). Ao informar que o mercado financeiro reagiu de forma positiva à condução coercitiva de Lula, com alta na Bolsa de São Paulo, ela se posiciona de forma clara ao lado de quem está aliada, o mercado financeiro, que nunca é retratado de forma crítica e honesta em suas reportagens. Aparece como realidade natural, desde sempre posta, dada, da qual não há escapatória ou possibilidade de contestação.

Em conclusão, entendemos que o caso Lula é um bom exemplo de pseudo-verdade, pois o Grupo Globo fabrica mentiras que tem a intenção de produzir o alter-engano, ou seja, enganar o outro, no caso, o público, e possuem todos os atributos de falsidade, ardil erro, engano deliberado e fraude. A pseudo-verdade, neste caso, é bem ilustrada pela construção de imagens, na qual a imagem artificialmente criada, a imagem-substituta ou imagem-simulacro, opera o que denominamos efeito substitutivo e termina por substituir a imagem-real, a realidade mesma. A dimensão tecnoperformativa da pseudo-verdade se mostra na produção de um falso acontecimento, e na geração de efeitos performativos, com força de crença amplificados pelo

alcance da mídia. O verdadeiro acontecimento, estudado por Derrida, é um evento com características singularíssimas, impressionante, imprevisível, inantecipável, enfim, é algo tão extraordinário que talvez possa ser descrito em linguagem teológica como um milagre. O que a mídia faz é dar a um evento menor um status de acontecimento, isso é construído de forma artificial pelas teletecnologias de informação. A imensa repercussão do caso Lula não seria possível sem um formidável e perverso aparato de comunicações, oligopolizado, com diversos ramos: jornais, revistas, rádio, TV aberta, TV a cabo, Internet, etc. Como vimos no exemplo citado, a mídia gerou efeitos persistentes no tempo, pela possibilidade infinita de reprodução, e também gerou efeito de supressão do contraditório. Discutir democrática e seriamente a regulação dos meios de comunicação pode ser o primeiro passo para fortalecer a nossa incipiente democracia e também para, quem sabe, estabelecer um contraponto viável à pseudo-verdade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTONIOLI, Manola. *Abécédaire de Jacques Derrida*. Ittre, Sils Maria, 2007.

CHAUÍ, Marilena. *A ideologia da competência*. São Paulo: Autêntica, 2014.

DERRIDA, Jacques. *Échographies de la télévision*. Paris: Galilée, 1996.

_____. *História da mentira: prolegômenos*. Disponível em www.

_____. *Uma certa possibilidade impossível de dizer o acontecimento*.

Disponível em <http://periodicos.unb.br/index.php/cerrados/article/view/8242> Acesso em 27/02/2018.

GIACOAIA JÚNIOR, Osvaldo. *Pequeno Dicionário de Filosofia Contemporânea*.

GOLSCHMIT, Marc. *Jacques Derrida, une introduction*. Paris: La Découverte, 2007.

MORO, Sérgio. Considerações sobre a operação Mani Pulite. Disponível em <https://www.conjur.com.br/dl/artigo-moro-mani-pulite.pdf>. Acesso em 04/03/2018.

Princípios Editoriais do Grupo Globo. Disponível em <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>. Acesso em 04/03/2018.

RAMOND, Charles. *Le vocabulaire de Derrida*. Paris: Ellipses, 2006.

SANTOS NETO, José Olímpio. *Fenomenologia dos Fatos no mundo: a produção artefactual da realidade*. Projeto de Pesquisa de Pós-Doutorado, aprovado pela UFRJ, 2017.

Sobre o autor:

Doutor em Filosofia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com a tese « Tempo, desconstrução e política e Jacques Derrida : rumo a uma política do por-vir ». Possui experiência na área médica, principalmente em medicina do trabalho. Atualmente, é auditor-fiscal do trabalho.

Recebido em 04/03/2018

Aprovado em 05/04/2018