

XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã / Mídia Cidadã

Tema central:

**Comunicação Cidadã: gênero, raça, diversidade e redes
colaborativas no contexto da pandemia**

22 a 24 de junho de 2021, online

Iniciativa e Realização

Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular,
Comunitária e Cidadã - **ABPCom**
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – **UNESP**
Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design– **FAAC**
Departamento de Comunicação Social – **DCSO**

GRUPOS DE TRABALHO TEMPLATE PARA O TEXTO COMPLETO

**A atuação do movimento Sleeping Giants Brasil por meio da
desmonetização da publicidade programática: contra o discurso de ódio e a
propagação das fake news.**

Giovana Lucio Bonfim e Maria Alice Campagnoli Otre
Acadêmica do curso de Graduação em Publicidade e Propaganda/ Universidade de Marília
Docente na Universidade de Marília

Resumo: O abuso da liberdade de expressão, o discurso de ódio e as notícias falsas que configuram crimes contra a honra ganham cada vez mais espaço no ambiente virtual. Tendo em vista os impactos causados por esses discursos, o movimento Sleeping Giants surgiu com o intuito de enfraquecer discursos de ódio e interferir na estrutura de propagação das fake news através da desmonetização e eliminação de propagandas que ajudam a financiar esse tipo de conteúdo. Este artigo pretende investigar a atuação do movimento Sleeping Giants no Brasil e como a publicidade é usada como ferramenta de manutenção de canais que propagam discurso de ódio e fake news. Para isso, será realizada uma pesquisa exploratória e um estudo de caso do SG Brasil, com análise quantitativa dos resultados de desmonetização, tendo como referenciais teóricos da comunicação em rede Manuel Castells (2002, 2004) e Raquel Recuero (2009), sobre violência simbólica Thompson (1998) e Bourdieu (1989) e sobre Movimentos Sociais, Maria da Glória Gohn (2008).

Palavras-chave: Discurso de Ódio; Fake News; Publicidade Programática; Movimentos Sociais Digitais; Sleeping Giants Brasil;

Introdução

A liberdade de expressão é um direito garantido pela Declaração Universal dos Direitos Humanos no qual se assegura livremente a manifestação e expressão de ideias ou pensamentos.

Devido à ascensão da internet, as relações sociais em grande parte são realizadas por meio das redes sociais, local em que é possível emitir opiniões, gerar debates simultaneamente e buscar informações. Contudo, o uso da liberdade de expressão dentro do ambiente virtual nem sempre é empregado de maneira correta.

A prática do discurso de ódio e as notícias falsas que configuram crimes contra a honra ganham cada vez mais espaço nas redes sociais, e o abuso desse direito além de colidir com outros direitos fundamentais impacta diretamente a sociedade.

Perante a relevância desse assunto, surgiu o movimento “Sleeping Giants”, criado em novembro de 2016 nos Estados Unidos com o propósito de lutar contra o financiamento do discurso de ódio e das fake news. A versão brasileira surge em maio de 2020 e atua entrando em contato e expondo marcas que usam o processo de publicidade programática (pelo qual os algoritmos das redes distribuem os anúncios de forma automática) solicitando um posicionamento referente ao financiamento de sites e blogs com conteúdo nocivo, por meio de anúncios.

O presente estudo tem como objetivo investigar se a publicidade pode ser uma saída democrática como ferramenta de manutenção de canais de discurso de ódio e fake news. Para refletir sobre esse assunto, serão contextualizados os conceitos de liberdade de expressão dentro de uma sociedade democrática, o poder e violência simbólica por trás do discurso de ódio e por fim o impacto do movimento digital Sleeping Giants no Brasil.

A expressão como direito

A liberdade de expressão é um direito que consiste na faculdade de manifestar, expressar ou articular pensamentos livremente sem temer retaliações ou repreensões por parte do governo ou de outros indivíduos dentro de uma sociedade (PORTIGAR, 2012). Dentro de uma sociedade democrática, o direito à liberdade de expressão é considerado como um princípio fundamental na condição de natureza racional, uma vez que está diretamente relacionado ao exercício de cidadania (SILVA, 2016).

Os fundamentos da Liberdade de Expressão e Manifestação do Pensamento e da Liberdade de Informação são garantidos como princípio fundamental do Estado Democrático

de Direito Brasileiro e podem ser encontrados na Constituição Federal de 1988 (TÔRRES, 2013).

Art. 5º 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;

VI – é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

IX – é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;”

“Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§ 1º – Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§ 2º – É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística. (BRASIL, 2016)

O conceito de liberdade de expressão começou a ganhar força durante a conferência de Yalta em 1945, onde ocorreu o encontro entre diversas potências mundiais, como os Estados Unidos, União Soviética, Reino Unido, China e França, em reuniões com a finalidade de estipular as próximas medidas a serem tomadas decorrentes ao final da Segunda Guerra Mundial (STAFFORD, 2007).

Em 1948 o direito de liberdade de expressão passa a ser assegurado através dos artigos XVII e XIX da Declaração Universal de Direitos Humanos, onde é estabelecido o direito de informar e ser informado, sem limites ou constrangimentos.

Artigo XVIII: Todo ser humano tem direito à liberdade de pensamento, consciência e religião; este direito inclui a liberdade de mudar de religião ou crença e a liberdade de manifestar essa religião ou crença, pelo ensino, pela prática, pelo culto e pela observância, em público ou em particular.

Artigo XIX: Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras (UNICEF, [s.d.]).

Posteriormente, durante o Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos de 1966, no qual o Brasil é signatário, a Declaração Universal de Direitos Humanos impõe novos termos referentes aos direitos de liberdade de expressão. Os artigos XIX e XX estabelecem limitações, delimitando deveres e responsabilidades para o exercício do direito, objetivando assegurar a dignidade e a reputação dos cidadãos.

§2. Toda pessoa terá o direito à liberdade de expressão; esses direitos incluirá a liberdade de procurar, receber e difundir informações e idéias de qualquer natureza, independentemente de considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, de forma impressa ou artística, ou por qualquer meio de sua escolha. §3. O exercício de direito previsto no § 2 do presente artigo implicará deveres e responsabilidades

especiais. Consequentemente, poderá estar sujeito a certas restrições, que devem, entretanto, ser expressamente previstas em lei e que se façam necessárias para: 1. assegurar o respeito dos direitos e da reputação das demais pessoas; 2. proteger a segurança nacional, a ordem, a saúde ou a moral pública. Artigo 20 §1. Será proibida por lei qualquer propaganda em favor da guerra. §2. Será proibida por lei qualquer apologia ao ódio nacional, racial ou religioso, que constitua incitamento à discriminação, à hostilidade ou à violência (UNICEF, [s.d.]).

Para Daniela Bucci (2018, p.37) em âmbito internacional, os artigos XIX e XX citados acima, são capazes de antecipar os conflitos gerados pelas controvérsias do uso da liberdade de expressão, salientando que esse direito precisa ser acompanhado de uma análise englobando outros direitos fundamentais, como “*a observância dos direitos e reputação dos demais e a proteção da segurança nacional, a ordem, a saúde ou a moral pública.*”

Todavia, as garantias que asseguram esses direitos nos dias atuais passaram por um longo caminho no Brasil. Segundo Schreiber (2013), muito do que se é conhecido no Brasil sobre liberdade de expressão está relacionado ao contexto histórico que antecede ao advento da Constituição Federal e da motivação da Assembleia Nacional Constituinte, devido aos abusos cometidos durante o regime da ditadura militar.

O passado repleto de abusos e repressões da liberdade de expressão e informação ainda está enraizado na cultura brasileira, visto que a democracia ainda é algo novo para o Brasil (CARVALHO, 2012). Lopes (2015) explica que durante a história do Brasil vivenciamos mais de dez golpes, contragolpes e duas ditaduras oficializadas:

A título exemplificativo, tivemos o golpe de Floriano Peixoto, quando tomou para si a Presidência da recente República; o Golpe de 1930; um novo golpe, antes mesmo da introdução do regime democrático, com a implementação do Estado Novo, de 1937 a 1945; o Golpe Militar de 1964, cujo regime perdurou até 1985. Tivemos também um “Golpe dentro do Golpe” em 1968, em que a chamada “linha dura” retirou os militares mais “moderados” do poder, sendo editado o famigerado Ato Institucional no 5, que acabou com qualquer sonho de liberdade e de democracia do povo brasileiro (LOPES, 2015, p.101).

Segundo a interpretação de Julia Carvalho (2012), os abusos cometidos no passado nos levam a entender o porquê o senso comum acredita que é preciso controlar e proibir artistas e jornalistas de dizerem o que quiserem para prevenir conflitos (CARVALHO, 2012). A repetição e aceitação desse discurso acerca da liberdade de expressão, comprovam que a democracia no Brasil não está completamente consolidada.

Como dito anteriormente, o debate e a pluralidade de ideias e vozes proporcionados pela liberdade de expressão são primordiais para o funcionamento da democracia, mas a partir do momento em que o uso da liberdade de expressão agride outros direitos personalíssimos da honra, intimidades, vida privada e honra, a pluralidade pode ser destruída pelo totalitarismo através de tiranias, histeria e condições das sociedades em massa (ARENDDT, 2007).

No Brasil, a liberdade de expressão não é reconhecida como direito absoluto, ela perde o âmbito de proteção a partir do momento em que parte para agressão dos direitos personalíssimos da honra, intimidades, vida privada e honra, como previsto no art. 5 XXVII e XXIX da Constituição Federal. O presidente da OAB-SP, Luiz Flávio Borges D'Urso, reforça que a ausência de censura não implica em liberdade absoluta, ela se torna cabível de punição a partir do momento em que se colide com outros direitos fundamentais (D'URSO, 2010).

Consideramos importante discutir a liberdade de expressão num momento em que pessoas usam esse argumento para propagar mentiras e ódio.

Discurso de ódio: poder e violência simbólica

As manifestações de pensamentos que agridem ao expressar discursos preconceituosos e intolerantes a determinado grupo social são configurados como discurso de ódio (ASSIMAKOPOULOS, BAIDER, MILLAR, 2017). O discurso de ódio tem como característica o desprezo contra aqueles que pertencem a determinado grupo, como por exemplo etnia, religião, gênero, deficiência entre outros (POTIGUAR, 2012). O conteúdo da mensagem busca estabelecer que o alvo é menos digno de oportunidades e direitos comparado a outros grupos, legitimando a discriminação e a violência, conseqüentemente agravando a vulnerabilidade da vítima (GOMES, SALVADOR, LUCCAS, 2020).

De acordo com Moura (2016) o discurso de ódio pode ser praticado tanto de forma explícita quanto implícita. O autor divide as conseqüências do discurso de ódio em duas facetas: o insulto, caracterizado com a agressão destinada diretamente à vítima e a instigação, onde o discurso é voltado para terceiros não identificados. Na instigação o discurso é subjetivo e não é voltado para alguém específico, seu objetivo é aumentar a discriminação e ampliar a sua propagação.

O discurso de ódio é frequentemente incentivado por meio de boatos e de fake news. A disseminação de notícias falsas capacita à manipulação da opinião pública, legitimando estruturas sociais que são de interesse de uma classe dominante. Para Serena Giusti e Elisa Piras (2021) as fake news são como uma versão avançada e tecnológica da desinformação, onde a informação é manipulada, modificada e difundida através da internet e das redes sociais, se materializando em prol de um interesse maior. Portanto, a propagação de fake news utiliza informações manipuladas para instigar o discurso de ódio, a fim de impor poder por meio do uso da violência subjetiva.

A violência subjetiva é classificada pelos autores Cristian Berrío-Zapata e Ricardo Cesar Gonçalves Sant'ana (2017, p. 94) como uma forma de “poder suave”, sustentada por

uma ação massiva. A violência é executada através da autoridade – em que o orador usufrui de maiores cuidados e maior decoro em suas manifestações, audiência – em que o orador realiza atos que atinjam os mesmos interesses de um público, que estará mais passível as mensagens de ódio) e a popularidade – responsável por contribuir diretamente para a extensão dos efeitos do discurso de ódio. (GOMES, SALVADOR, LUCCAS, 2020).

O poder está diretamente ligado à posição que um indivíduo ocupa dentro de um campo, designando a sua função social. Michael Mann (1968, p. 27, *tradução nossa*) destaca que o poder é capaz de refletir e difundir ideais por meio de diversos recursos: “*algumas redes têm maior capacidade de organização de cooperação social intensiva, autoritária e difusa do que outras*”.

Seguindo a lógica de Michael Mann, Thompson (1995) classifica em seu livro “Mídia e Modernidade” quatro tipos de poder e seus recursos, sendo eles o poder econômico, político, coercitivo e simbólico. O poder econômico representa a atividade humana produtiva, que implica o uso e criação de recursos materiais e financeiros, ou seja, bens que podem ser consumidos ou trocados no mercado. O poder político deriva da atividade de coordenação e regulamentação dos indivíduos, utilizando-se da autoridade.

Thompson (1998) explica que a capacidade de exercer a autoridade geralmente depende da capacidade de exercer duas outras formas de poder: o coercitivo e o simbólico. O poder coercitivo usa a força física e armada para conquistar ou subjugar um oponente, tendo como forma mais importante o poder militar. O poder simbólico usa os meios de comunicação e informação para produzir, transmitir e receptionar o significado das formas simbólicas. No livro “A Interpretação das Culturas”, Geertz (1989) destaca que:

Acreditando, como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teia de significados que ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa à procura do significado (GEERTZ, 1978, p.15).

Nesse mesmo sentido, podemos concluir que passamos por um processo de construção de significados, que o próprio homem difunde através de produções simbólicas. Considerando que as produções simbólicas conseguem criar e estabelecer significados, o poder simbólico utilizado na produção de fake news, é capaz de criar um conjunto de mecanismos de controle que disseminam determinados comportamentos (BRANT, 2009). De acordo com Thompson (1998, p. 24):

As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e descreer, apoiar negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva.

Pierre Bourdieu (1989) reforça que as produções simbólicas ajudam a contribuir como instrumentos de dominação das classes, possibilitando uma integração fictícia na sociedade, estabelecimento de hierarquias e a desmobilização das classes dominadas.

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo (...) na própria estrutura do campo em que se produz e reproduz a crença. O que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia. (BOURDIEU, 1989, p. 14-15)

Ao reforçar imposições e naturalizar relações de poderes, o poder simbólico se torna um instrumento para uma violência simbólica, que alcança sua efetividade não pela força física, mas pelo sentido e reconhecimento. A violência simbólica, presente então em discursos de ódio e fake news, é caracterizada como uma violência silenciosa, pois a violência é naturalizada e a vítima não consegue identificá-la (MOURA, 2016)

Também sob o olhar de Slavoj Žižek (2008), a violência simbólica está presente em provocações e dominações sociais, onde existe uma perturbação do estado “normal”, que ocorre através da linguagem. Sendo assim, concluímos que tanto as fake news quanto o discurso do ódio, são práticas sociais que utilizam o poder simbólico por meio da linguagem e da comunicação, para promover violência aos grupos e estabelecer uma dominação social.

Movimentos sociais em redes digitais

Devido à ascensão de novas tecnologias digitais, as redes sociais na internet contribuíram para a polarização e expansão em massa da prática do discurso de ódio e compartilhamento das fake news. A internet surgiu como um meio de comunicação, que revolucionou as relações sociais ao possibilitar o acesso a informações, conteúdos e novas formas de socialização através das redes sociais.

Em “A sociedade em Rede”, Castells (2002) define as redes como estruturas abertas capazes de se expandir, integrar e conectar entre si, tendo como foco a sua própria estrutura social. Portanto, as redes sociais podem ser caracterizadas como um conjunto formado por atores e conexões. Recuero (2009) explica que:

O advento da internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa, para este trabalho, é a possibilidade de expressão e sociabilização, através das ferramentas de comunicação mediada pelo computador (CMC). Essas ferramentas proporcionaram, assim que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. (RECUERO, 2009, p.24)

As redes possuem um papel fundamental na sociedade, uma vez que ela abre caminho para fortalecer grupos e relações sociais e torna o alcance de informações mais acessível e

rápido. (ROCHA; TREVISAN, 2020). Entretanto, se o ambiente virtual permitiu múltiplas possibilidades de projeção e compartilhamento de informação e conhecimento, o mesmo também se torna terreno fértil para ampliação de fake news e discurso de ódio.

Inicialmente criadas com intuito comercial e publicitário, as redes sociais (Facebook, Twitter, etc) logo se tornaram espaço de sociabilidade e aproximação de sujeitos, dado sua capacidade de conexão imediata, entretanto, paulatinamente foram também se transformando em veículos facilitadores para a propagação e expansão de um chamado “discurso do ódio”. (MOURA, 2016, p. 11)

Em contrapartida, as redes sociais também possibilitaram uma abertura para novas ferramentas para os movimentos sociais e o ciberativismo. Os movimentos sociais são expressões de uma ação coletiva decorrente de uma luta sociopolítica, econômica ou cultural (GOHN, 2008). Dentro dessa luta, surge o ciberativismo como uma ferramenta de ativismo midiático, que utiliza das tecnologias digitais para reforçar organizações, coordenar campanhas e protestos e difundir com mais facilidade informações, denúncias e petições (FELICE, 2017). Castells (2004) salienta a importância da internet para os movimentos sociais:

A internet está a se converter num meio essencial de comunicação e organização em todos os âmbitos de atividade, os movimentos sociais e os agentes políticos transformam em uma ferramenta para atuar, informar, recrutar, organizar, dominar. A internet se converteu em um componente indispensável para movimentos sociais da era da informação que se mobilizam em torno de valores culturais. (CASTELLS, 2004, p. 168)

Mediante a importância do combate ao discurso de ódio e fake news nas redes sociais, o movimento Sleeping Giants surgiu com a premissa de ser uma saída ampla e democrática para o combate a esses problemas.

O caso Sleeping Giants e a luta contra a mídia programática no Brasil

O movimento nasceu em novembro de 2016, logo após Donald Trump vencer as eleições presidenciais nos Estados Unidos. Com o objetivo de "tornar o preconceito menos lucrativo", foi criado um perfil anônimo no Twitter para alertar marcas que estavam anunciando no site Breitbart News (conhecido pela sua alta propagação de teorias conspiratórias e notícias falsas) e pedir para que as mesmas se posicionassem e retirassem os anúncios (COFFEE, 2018).

O Breitbart News ganhou destaque durante a eleição presidencial por ajudar a eleger Donald Trump propagando notícias falsas como o escândalo do pizzagate, teoria que acusava a candidata Hillary Clinton de comandar uma rede de pedofilia e promover orgias sexuais com crianças em porão de uma pizzaria (FILHO, 2020). Logo após a ação do Sleeping Giants,

o site perdeu mais de 4.500 anunciantes, totalizando um prejuízo de mais de 8 milhões de euros (CANOSSA, 2020).

As denúncias ocorrem através do próprio perfil no Twitter, onde o administrador do perfil do Sleeping Giants anexa capturas de tela e alerta marcas e empresas que, através do uso da publicidade automática, estão monetizando sites que disseminam notícias falsas e discursos de ódio.

Segundo os autores Ana Carolina Westrup, Bruno Marinoni e Eduardo Amorim (2020) a publicidade programática consiste na prática de usar ferramentas para comprar espaços publicitários em sites de acordo com dados de usuários na internet. Muitas vezes esse processo de compra é feito de forma automática, sem monitoração ou acompanhamento regular por parte das empresas, o que potencializa o risco de uma empresa ligar sua imagem a um conteúdo negativo de forma não intencional.

Roger Parry (2012) cita a web como a mídia mais poderosa em termos de publicidade devido a sua grande amplitude, crescimento e custo mais baixo. Portanto, a publicidade programática acaba se tornando uma das maiores fontes de renda para sites e influenciadores extremistas.

A atuação do Sleeping Giants em pedir para que as marcas retirem seus anúncios nesses sites, visa a enfraquecer esses discursos reduzindo a viabilidade econômica e visibilidade por meio da desmonetização, ou seja, retirar todo lucro gerado.

O movimento atuou no anonimato até julho de 2018, quando o site The Daily Caller revelou e expôs um dos fundadores do Sleeping Giants, o publicitário Matt Rivitz. O Sleeping Giants, que antes criado apenas para ser um experimento de duas semanas, acabou se tornando uma ferramenta importante para combate contra a fake news e hoje atua de forma independente em 11 países, incluindo o Brasil (QUEIMALIÑOS, 2020).

O Sleeping Giants Brasil foi criado por Leonardo de Carvalho Leal e Mayara Stelle em maio de 2020 (GARCIA, 2020). Assim como o movimento americano, o Sleeping Giants Brasil inicialmente foi apresentado de forma anônima, mas com o decorrer do tempo os criadores revelaram suas identidades para proteger a integridade de seus familiares (SHIMABUKURO, 2020).

Os criadores foram ameaçados de morte por mensagem nas redes sociais do Sleeping Giants, onde havia até uma recompensa de R\$100 mil reais para quem conseguisse revelar os donos do perfil (SHIMABUKURO, 2020).

O movimento no Brasil começou focando nos anunciantes do site Jornal da Cidade Online, mas devido ao crescimento surpreendente, o Sleeping Giants passou a denunciar

outros canais de conteúdo abusivo. A seguir, apresentamos um levantamento de informações em relação ao desempenho do caso Sleeping Giants no Brasil.

Resultados em um ano de atuação

O movimento Sleeping Giants Brasil teve início no dia 18 de maio de 2020. De acordo com dados fornecidos pelo perfil do Sleeping Giants Brasil no Instagram, em apenas um mês de atuação, o movimento conquistou meio milhão de seguidores em suas redes sociais (sendo 370 mil seguidores no Twitter, 126 mil no Instagram e 3,800 no Facebook). 398 empresas removeram seus anúncios de sites de desinformação, representando uma taxa de sucesso de 83,9% em efetividade.

O seu primeiro alvo de desmonetização foi o Jornal da Cidade Online, veículo alvo de processos judiciais por publicação de notícias falsas e da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (REBELLO, 2020). De acordo com Tai Nalon e Amanda Ribeiro (2020), o Jornal da Cidade Online é um dos sites de desinformação de maior audiência, chegando a acumular mais 34 milhões de acessos no mês de abril de 2020, onde publicou conteúdos enganosos relacionados ao Covid-19.

O Sleeping Giants Brasil conseguiu em poucos dias de atuação o retorno de grandes empresas como Telecine, Dell e Submarino que se manifestaram a favor de retirar seus anúncios do Jornal da Cidade Online. O Banco do Brasil também foi alertado sobre a presença de seus anúncios no site, e o mesmo se prontificou a retirar de circulação. Mas após a iniciativa ser duramente criticada por bolsonaristas, incluindo o vereador Carlos Bolsonaro (Republicanos-RJ), o deputado federal Eduardo Bolsonaro (PSL-SP) e o secretário de comunicação da Presidência, Fábio Wajngarten, o Banco do Brasil voltou atrás e removeu o bloqueio de seus anúncios no site. Tal ação gerou uma denúncia no Ministério Público de Contas, alegando interferência inadequada de Carlos Bolsonaro na comunicação do Banco do Brasil (PIRES, 2020).

Segundo o perfil do Sleeping Giants Brasil no Instagram, logo no primeiro mês de atuação do movimento, o Jornal da Cidade Online perdeu mais de 200 anunciantes e retirou o Google AdSense de sua plataforma, além de ter a campanha de arrecadação mensal, na qual se faturava aproximadamente R\$20.000,00 por mês excluída do site “apoia-se”. No segundo mês, estima-se que o Jornal Online perdeu R\$207.000,00 de arrecadação mensal em publicidade.

Os prejuízos causados pelo Sleeping Giants Brasil motivaram o Jornal da Cidade Online a pedir no Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, que o Twitter forneça dados

sobre os responsáveis pelos perfis Sleeping Giants Brasil e exclua o perfil das redes sociais. O Twitter recorreu, alegando que não foi encontrada nenhuma ilegalidade na atuação dos perfis (NETTO, 2020).

A mobilização do Sleeping Giants Brasil atingiu também outros sites de conteúdo nocivo, dentre eles o Conexão Política, Gazeta do Povo, Brasil Sem Medo, Sara Giromini e Bernardo Küster. Os anúncios presentes em canais do Youtube também foram interrompidos.

Segundo informes divulgados pelo Sleeping Giants Brasil, dentre dez meses de atuação, estima-se que o movimento conseguiu desmonetizar R\$ 5,42 milhões de perfis que disseminavam notícias falsas. Julia Noia (2021) relata que nesse período, o Sleeping Giants entrou em contato com 905 empresas e 744 se posicionaram e retiraram anúncios.

Considerações finais

O direito de liberdade de expressão é essencial para o funcionamento de uma democracia. Contudo esse direito não é absoluto, pois a partir do momento em que a prática do exercício desse direito implica em manifestar injúrias, discursos preconceituosos e intolerantes através do discurso de ódio e notícias falsas, outros princípios e direitos fundamentais entram em conflito.

No entanto, uma vez que o discurso de ódio em grande parte utiliza da violência simbólica e subjetiva para instigar o seu desprezo por outros grupos ou indivíduos, a sua identificação se torna uma dificuldade, assim como conseqüentemente o seu combate. Como a censura não pode e nunca deve ser utilizado em uma sociedade democrática, o Sleeping Giants Brasil atua como uma opção ampla e democrática para o combate ao financiamento de conteúdos nocivos.

Como foi estudado anteriormente, o fator decisivo para a influência de um indivíduo em uma sociedade está ligado a o poder que ela exerce nesse meio. O movimento Sleeping Giants Brasil intervém na estrutura do discurso de ódio e fake news ao retirar os recursos do poder econômico e a fonte de renda que sustenta os canais que propagam esse tipo de conteúdo.

Sendo assim, a atuação do movimento Sleeping Giants Brasil foi responsável por diminuir parte da visibilidade dos canais que propagam discurso de ódio, mas isso não significa que esse problema está perto de ser erradicado.

Referências bibliográficas

ARENDDT, Hannah. **A Condição Humana**. 10ª edição. Rio de Janeiro, RJ. Editora Forence Universitária, 2007.

ASSIMAKOPOULOS, Stavros; BAIDER, Fabienne H; MILLAR, Sharon. **Online Hate Speech in the European Union: A Discourse-Analytic Perspective**. Cham, Suíça. Springer International Publishin, 2017.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, RJ. Editora Bertrand Brasil S.A,1989.

BRANT, Leonardo. **O poder da cultura**. São Paulo, SP. Editora Peirópolis, 2009.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf> Constituição.htm. Acesso em: 24 jan. 2021.

BUCCI, Daniela. **Direito Eleitoral e Liberdade de Expressão**. São Paulo, SP, Editora Grupo Almedina Brasil, 2018. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788584933211/>. Acesso em: 25 Feb 2021

CANOSSA, Carolina. **Pizzagate: o escândalo de fake news que abalou a campanha de Hillary**. Super Interessante. 2020. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/pizzagate-o-escandalo-de-fake-news-que-abalou-a-campanha-de-hillary/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

CARVALHO, Julia. **Amordaçados: Uma História da Censura e de seus Personagens**. Barueri, SP. Editora Manole, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade**. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa. 2004.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6ª edição. São Paulo, SP. Editora Paz e Terra, 2002.

COFFEE, Patrick. **The Daily Caller Names Founder of Sleeping Giants, Which Organized Breitbart Advertiser Boycotts**. ADWEEK. 2018. Disponível em: <https://www.adweek.com/agencies/the-daily-caller-names-founder-of-sleeping-giants-which-organized-breitbart-advertiser-boycotts/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

D'URSO, Luiz Flávio Borges. **Na democracia, a liberdade de expressão deve ter limites?** OAB-SP, 2010. Disponível em: <<https://www.oabsp.org.br/sobre-oabsp/palavra-do-presidente/2010/142>>. Acesso em: 24 de jan. 2021.

FELICE, Massimo Di. **NET-ATIVISMO: da ação social para o ato conectivo**. Paulus Editora, 2018.

FILHO, João. **Filipe Martins e a rede de mentiras agonizam: um tuiteiro nocauteou a grana de sites de fake news**. The Intercept Brasil. 2020. Disponível em:

<https://theintercept.com/2020/05/24/fake-news-extrema-direita-filipe-martins-bolsonarismo/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

GARCIA, Camila. **O gigante acordou: Sleeping Giant brasileiro no combate ao financiamento de fake news e discursos de ódio e preconceito nas redes sociais.** Vogue. 2020. Disponível em: <https://vogue.globo.com/atualidades/noticia/2020/07/o-gigante-acordou-sleeping-giant-brasileiro-no-combate-ao-financiamento-de-fake-news-e-discursos-de-odio-e-preconceito-nas-redes-sociais.html>. Acesso em: 15 mai. 2021.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro, RJ. Editora LTC, 1989.

GIUSTI, Serena. PIRAS, Elisa. **Democracy and Fake News: Information Manipulation and Post-Truth Politics.** New York – NY. Routledge, 2021.

GOHN, María da Gloria Marcondes. **Novas teorias dos movimentos sociais.** São Paulo: Edições Loyola, 2008.

GOMES, Fabrício Vasconcelos; SALVADOR, João Pedro Favaretto; LUCCAS, Victor Nóbrega. **Discurso de ódio: Desafios jurídicos.** São Paulo, SP. Editora Almedina Brasil, 2020.

LOPES, Eduardo Lasmar Prado. **Um Esboço das Biografias no Brasil: A liberdade de expressão, a personalidade e a Constituição de 1988.** São Paulo, SP, Editora Grupo Almedina Brasil, 2015.

MANN, Michael. **The Source of Power: A history of power from the beginning to A.D 1760.** Volume 1. New York, NY. Cambridge University Press, 1986.

MOURA, Marco Aurelio. **O Discurso do Ódio em Redes Sociais.** São Paulo, SP. Lura Editorial, 2016.

NALON, Tai; RIBEIRO, Amanda. **Como sete sites lucraram com anúncios no Google ao publicar desinformação sobre a pandemia.** Aos Fatos. 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/como-sete-sites-lucraram-com-anuncios-no-google-ao-publicar-desinformacao-sobre-pandemia/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

NETTO, Paulo Roberto. **Justiça manda Twitter apresentar dados de perfis da plataforma Sleeping Giants.** UOL. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/ultimas-noticias/estado/2020/08/26/justica-manda-twitter-apresentar-dados-de-perfis-da-plataforma-sleeping-giants.htm>. Acesso em: 15 mai. 2021.

PARRY, Roger. **A ascensão da Mídia: a história dos meios de comunicação de Gilgamesh ao Google.** Rio de Janeiro, RJ. Elsevier Editora, 2012.

PIRES, Breiller. **Movimento expõe empresas do Brasil que financiam, via anúncios, sites de extrema direita e notícias falsas.** EL PAÍS. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-05-20/movimento-expoe-empresas-do-brasil-que-financiam-via-publicidade-sites-de-extrema-direita-e-que-propagam-noticias-falsas.html>. Acesso em: 15 mai. 2021.

POTIGUAR, Alex. **Liberdade de expressão e o discurso do ódio: A luta pelo reconhecimento da igualdade como direito à diferença.** Brasília: Consulex, 2012.

QUEIMALIÑOS, Rebeca. **O homem que arruinou a extrema direita nos EUA.** EL PAÍS. 2020. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/pizzagate-o-escandalo-de-fake-news-que-abalou-a-campanha-de-hillary/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

REBELLO, Aiuri. **Alvo de CPI, site de fake news com 903 anunciantes perde apoio com campanha.** UOL. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/05/21/alvo-de-cpi-site-de-fake-news-com-903-anunciantes-perde-apoio-com-campanha.htm>. Acesso em: 15 mai. 2021

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** 2ª edição. Porto Alegre, RS. Editora Sulina, 2009.

ROCHA, Marcos, TREVISAN, Nanci. **Marketing nas Mídias Sociais (Coleção Marketing nos Tempos Modernos)** 1ª edição. São Paulo, SP. Editora Saraiva, 2020.

ROTHENBURG, Walter Claudius. STROPPIA, Tatiana. **Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais.** Revista Eletrônica do Curso de Direito USFM, v. 10, n. 2 / p. 450-468, 2015. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/redevistadireito.>> Acesso em: 20 de jan. 2021.

SCHREIBER, Anderson. **Direito e Mídia.** São Paulo – SP, Editora Atlas, 2013.

SHIMABUKURO, Igor. **Criadores da conta Sleeping Giants Brasil revelam suas identidades.** Olhar Digital. 2020. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/12/17/noticias/criadores-da-conta-sleeping-giants-brasil-revelam-suas-identidades/>. Acesso em: 15 mai. 2021.

SILVA, Rosane Leal da. NICHEL, Andressa. MARTINS, Anna Clara Lehmann. BORCHARDT, Carlise Kolbe. **Hate speech in social networks: Brazilian case law.** Rev. direito GV [online]. 2011, vol.7, n.2, pp.445-468. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1808-24322011000200004>.

SILVA, Viviany Christine Rodrigues da. **Liberdade de expressão e tecnologias de informação e comunicação: Limitações ao controle judicial em período eleitoral no Brasil.** 1ª edição. Campina Grande, PB, Editora Clube de Autores, 2016.

STAFFORD, David. **Fim de jogo, 1945: o capítulo que faltava da Segunda Guerra Mundial.** 1ª edição. Rio de Janeiro, RJ, Editora Objetiva, 2007.

THOMPSON, John. B. **A mídia e modernidade: uma teoria social da mídia.** 4ª edição. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 1998.

TÔRRES, Fernanda Carolina. **O direito fundamental à liberdade de expressão e sua extensão.** Revista de Informação Legislativa, ano 50, Número 200/p. 61-80, 2013. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/50/200/ril_v50_n200_p61.pdf>. Acesso em: 28 de fev, 2021.

WESTRUP, Ana Carolina. MARINONI, Bruno. AMORIM, Eduardo. **Desinformação:** crise política e saídas democráticas para as fake news. São Paulo, SP. Editora Veneta, 2020.

ZAPATA, Cristian Berrío. SANT'ANA, Ricardo Cesar Gonçalves. **Exclusão digital:** Discurso e poder sobre a tecnologia da informação. São Paulo, SP. Cultura Acadêmica, 2017.

ŽIŽEK, Slavoj. **Violência:** seis reflexões laterais. São Paulo, SP. Editora Boitempo, 2014.