

**Desinformação na eleição presidencial brasileira de 2018:
uma análise do material coletado pelo Projeto Comprova**

*Disinformation in the 2018 Brazilian presidential election:
an analysis of the material collected by the Comprova Project*

Fernando Daniel Rosa dos SANTOS¹
Alisson COELHO²

Resumo

O presente artigo busca entender as estratégias de construção da desinformação circulada durante as eleições presidenciais de 2018. Para isso discute-se a noção popularmente conhecida como *fake news*, suas definições teóricas e a necessidade de ampliar a análise para o que chamamos de desinformação. Para dar base ao estudo analisamos todos os conteúdos checados pelo site de *fact-checking* Projeto Comprova durante a campanha eleitoral daquele ano. A metodologia se baseia na análise de conteúdo de Bardin (1979). O material foi todo analisado e catalogado, primeiro pelos parâmetros do próprio Comprova e, em seguida, a partir das categorias de análise de conteúdo de desinformação propostas por Wardle (2017) no projeto *First Draft*. Chega-se à conclusão de que os materiais analisados compõem um retrato da ampla variedade de métodos de criação de conteúdo fraudulento utilizados durante o pleito, com destaque para o uso de informações publicadas pelo jornalismo tradicional retiradas de seu contexto original com o objetivo de desinformar.

Palavras-chave: Desinformação. Fake news. Eleições. Redes Sociais.

Abstract

This article seeks to understand the construction strategies of the disinformation circulated during the 2018 presidential elections. For this, the notion popularly known as fake news, its theoretical definitions and the need to expand the analysis to what we call disinformation are discussed. . To base the study, we analyzed all the contents checked by the fact-checking website Projeto Comprova during the election campaign that year. The methodology is based on Bardin's (1979) content analysis. The entire material was analyzed and cataloged, first using Comprova's own parameters and then using the disinformation content analysis categories proposed by Wardle (2017) in the First Draft project. It is concluded that the analyzed materials are a picture of the wide variety of fraudulent content creation methods used during the election, with emphasis on the use of

¹ Graduado em Jornalismo pela Universidade Feevale. E-mail: fernando0daniel@gmail.com

² Pós-doutorando em Comunicação pela Universidade de Brasília - UnB. Professor na Universidade Feevale. E-mail: alissonjornal@gmail.com

information published by traditional journalism taken from its original context in order to misinform.

Keywords: Disinformation. Fake news. Elections. Social networks.

Introdução

As eleições presidenciais de 2018 marcam uma mudança importante na forma de comunicar dos candidatos. Pela primeira vez na jovem democracia brasileira a televisão e o horário eleitoral gratuito perdem força mobilizadora. O debate migra majoritariamente para as plataformas de redes sociais digitais.

Coelho (2019) ressalta a diferença de tempo em rede nacional de televisão entre o candidato de extrema-direita, Jair Bolsonaro, então no Partido Social Liberal (PSL) e o candidato Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Bolsonaro fez toda a sua campanha através das plataformas de redes sociais digitais. Enquanto o candidato com maior tempo de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, Alckmin, fez apenas 4,76% dos votos válidos no primeiro turno do pleito podendo se utilizar de 5 minutos e 32 segundos do espaço, Bolsonaro passou ao segundo turno tendo apenas 8 segundos de propaganda e recebendo 43,23% dos votos válidos.

Com a migração do debate eleitoral para o que Friedland, Hove e Rojas (2006) chamam de esfera pública em rede, um fenômeno já conhecido ganhou força no panorama da disputa: as chamadas *fake news*, termo contestado por especialistas, mas que se popularizou no senso comum. A desinformação, termo que adotamos aqui a partir de Wardle (2017), se torna então uma ferramenta na busca pelo voto dos brasileiros.

Discutindo esse fenômeno no contexto das eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, Allcott e Gentzkow definem “*fake news* como artigos noticiosos que são intencionais e verificadamente falsos, e que podem enganar leitores³”, (Allcott e Gentzkow, 2017, p. 213, tradução nossa).

Informações são forjadas, descontextualizadas ou simplesmente distorcidas com o intuito de enganar o leitor. Qualquer relação com fatos reais na composição do conteúdo apenas serve para tentar vestir um o conteúdo que busca desinformar como algo

³ No original: We define “fake news” to be news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers.

verossímil, conforme descrito pelos autores acima mencionados. Neste mar de gêneros e equívocos navega a sátira, que não carrega a responsabilidade de artigo informativo ou noticioso, mas que, entretanto, ao estar por vezes apresentada fora de contexto – propositalmente - em diferentes meios e sem alguma forma de identificação, compõe o cenário de desinformação.

Com a chegada da eleição presidencial brasileira em 2018, observou-se um cenário receoso dentro do campo da comunicação, motivado pela possibilidade de interferência da desinformação massiva durante o período da campanha. A relevância de analisar este momento nacional, com relação a disseminação de conteúdo forjado, segue uma linha de acontecimentos de relevância mundial como a eleição presidencial dos Estados Unidos e o referendo de saída do Reino Unido da União Europeia. Conforme destaca o ex-primeiro ministro de Portugal e chefe de grupos de mídia, Francisco Pinto Balsemão⁴, os eventos citados demonstraram o quanto a desinformação pode ameaçar a democracia e o jornalismo.

Nesse artigo buscamos compreender como se deu a construção das notícias rotuladas como *fake news* durante a eleição presidencial. Para isso, foram analisadas informações sobre a campanha checadas pelo Projeto Comprova⁵ - iniciativa formada por 24 diferentes meios de comunicação, de distintas regiões brasileiras – que buscou conferir a veracidade de fatos com grande repercussão na rede, com a contribuição a partir de dúvidas enviadas por leitores.

Um termo simplista para um problema complexo: as chamadas *fake news*

O termo *fake news* foi definido como “relatos falsos de eventos, escritos e lidos em websites” pelo dicionário ligado à universidade britânica de Oxford⁶. Podemos perceber aqui uma definição curta e aparentemente clara, mas que deve ser considerada mais a fundo quanto ao seu significado. Ainda que pareça um fenômeno novo, o termo em

⁴ Diário de Notícias. Fake News: 'Brexit' e Trump, páginas na história que as notícias falseadas podem ter passado. 2019. Disponível em: <<https://www.dn.pt/lusa/interior/fake-news-brexit-e-trump-paginas-na-historia-que-as-noticias-falseadas-podem-ter-passado-10597489.html>> Acesso em 01 jun. 2019.

⁵ COMPROVA. Jornalismo colaborativo contra a desinformação. 2018. Disponível em: <<https://projeto-comprova.com.br/>> Acesso em: 19 mai. 2019.

⁶ OXFORD, Fake news. 2017. Disponível em: <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>> Acesso em: 19 set. 2018.

referência a notícias inverídicas surge em registro pela primeira vez no final do século XIX⁷.

Tandoc Jr., Lim e Ling (2017) afirmam que “*fake news* são conteúdos com formato que imita notícias tradicionais e que são propagados sobretudo em ambientes digitais, tendo como objeto histórias falsas/inventadas” (p. 7). O que se vê, no entanto, é que hoje o conteúdo enganoso tem muitos outros formatos para além da simples imitação do formato da notícia.

De acordo com Kiely e Robertson (2016) é preciso pensar mais sobre as afirmações virais espalhadas na internet. Nem todas podem ser percebidas como imitação de notícia, sendo alguns exemplos realmente obras de ficção ou sátira, ainda que possam levar leitores em particular ao engano. Essa constatação nos leva até a classificação apresentada por Allcott e Gentzkow (2016), durante a avaliação das *fake news* catalogadas na eleição presidencial dos Estados Unidos de 2016. De acordo com os autores é preciso distinguir os “primos próximos” do termo. Erros não intencionais de checagem de fatos; teorias conspiratórias sem nem mesmo fontes para verificação e sátiras criadas sem o objetivo de serem factuais, compõem uma classe que sequer cabe na referência a notícias forjadas. Entretanto, podem ser direcionadas de forma a induzir o leitor ao engano, servindo assim ao mesmo propósito de desinformar.

Claire Wardle⁸ expõe a complexidade do tema e indica que o termo *fake news* já não responde a todos os diferentes tipos de narrativas forjadas. Na busca por melhor compreender do que se tratam o que popularmente recebe esse rótulo, Wardle buscou redefinir a tipologia. Desta forma, a partir de estudos da plataforma *First Draft* e com a colaboração de uma comunidade de voluntários montada pelo projeto Global Voices⁹, foi possível refinar categorias possíveis para classificar a desinformação. A autora elenca sete categorias diferentes de desinformação¹⁰. As classificações se dividiram em: sátira ou paródia,

⁷ MERRIAM-WEBSTER. The Real Story of 'Fake News'. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>> Acesso em: 19 set. 2018.

⁸ Disponível em: <<https://clairewardle.com/about/>> Acesso em: 19 mai. 2019.

⁹ Disponível em: <<https://newsframes.globalvoices.org/investigations/false-and-fabricated-news-international-dimensions/fabricated-news-experiment/>> Acesso em: 19 mai. 2019.

¹⁰ Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>> Acesso em: 19 mai. 2019.

falsa conexão, conteúdo enganoso, falso contexto, conteúdo impostor, conteúdo manipulado e conteúdo fabricado¹¹.

Fake news e Internet

Para entendermos o espalhamento do falso como verdade, temos que pensar nas motivações que levam pessoas a criarem conteúdo enganoso. Segundo Souza (2017), na internet - dentro do universo de sites e mídias digitais - cada clique é uma visita e contribui para o aumento de audiência. Esse fluxo de acessos, por sua vez, pode ser convertido em dinheiro a partir de anúncios.

Desta maneira, há, por parte das plataformas e mesmo de anunciantes, incentivo financeiro para que os usuários produzam conteúdo sem levar em conta que parte desse material possa ser fraudulento.

A notícia falsa pode ser um ótimo negócio para alguns e péssimo para alguém que injustamente acaba sendo afetado por uma. Ótimo negócio porque empresas que publicam e republicam notícias sem checagem, dependendo da popularidade (número de acessos) da postagem, costumam ter elevados rendimentos. Os valores crescem conforme o volume de textos publicados, e um site especializado em *fake news* disponibiliza dezenas por dia. (SOUZA, 2017, p.6).

Nesta maré lucrativa de informações falsas, sites no Brasil abraçam cifras consideráveis de faturamento, conforme apurado por meios jornalísticos¹² que acabam competindo diretamente com portais sem credibilidade na web. Casos como a falsa crítica¹³ do cantor Gilberto Gil ao então juiz Sérgio Moro, levaram a questão da desinformação aos tribunais.

¹¹ Acreditamos que o termo “notícia falsa” também traz consigo uma contradição direta. Para o jornalismo, notícia é uma construção que tem como base a realidade e a busca é pela veracidade enquanto meta. Logo uma notícia não pode, por natureza, ser forjada. Para este artigo optamos pelo termo “desinformação”, utilizado por diferentes autores. Ainda assim, autores e outras referências que utilizam o termo popular fake news estão mantidos por entendermos que para além do termo a ser utilizado trata-se do mesmo escopo de análise.

¹² Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808-como-funciona-a-engrenagem-das-noticias-falsas-no-brasil.shtml>> Acesso em: 18 nov. 2018.

¹³ Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-01/justica-manda-que-site-retirar-falsa-entrevista-de-gilberto-gil>> Acesso em: 18 nov. 2018.

Em termos legais, o problema das *fake news* se dá quando ocorre um conflito de direitos. Tais conflitos são produzidos entre a informação transmitida e os direitos fundamentais das pessoas afetadas por dita informação, principalmente a honra e a intimidade. (PINA, 2017, p. 41).

No Brasil, apesar de iniciativas como o Marco Civil da Internet¹⁴, que regulamenta condutas na web resguardando a liberdade de expressão, são raros os casos em que os responsáveis pelas chamadas notícias falsas sejam judicialmente responsabilizados. Esse cenário relativamente novo em ambiente virtual e a dificuldade de se enfrentar as implicações e problemas, surgidos nas redes digitais, deixa à vista um ambiente favorável e conivente com as narrativas inventadas.

Fatores como este levam a constatações, como a realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT)¹⁵, de que no Twitter notícias falsas já se espalham com uma velocidade maior de que casos verdadeiros. Conteúdo fraudulento tem até 70% mais efetividade de compartilhamento. Observando os impactos no Brasil, podemos perceber alarmes semelhantes quanto ao espalhamento da desinformação. Conforme levantamento¹⁶, mais de 4,8 milhões de notícias falsas circularam pela web em diversas redes no país, durante o período de julho a setembro de 2018. Observamos ainda que estes foram os meses que antecederam a eleição brasileira. O tema principal envolvendo as narrativas falsas, no trimestre avaliado, foi política.

Considerando-se este contexto, percebemos também que aplicativos e novas ferramentas na internet podem ser, além de transmissores, meios para forjar narrativas. Assim, cenários catastróficos como um Infocalypse¹⁷, levantado pelo chefe de tecnologia Aviv Ovadya, parecem mandar seus primeiros sinais, uma vez que constantes novidades contribuem como meios para a criação e distribuição de fatos, com efeitos virais de falsos conteúdos. Conforme descrito e lembrado por Ovadya, “nossa civilização é baseada na

¹⁴ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm> Acesso em: 18 nov. 2018.

¹⁵ Disponível em: <<http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>> Acesso em: 18 nov. 2018.

¹⁶ Disponível em: <<https://www.psafec.com/dfndr-lab/pt-br/relatorio-da-seguranca-digital/>> Acesso em: 18 nov. 2018.

¹⁷ Fake news is about to get much worse. Here's a solution. TEDxMileHigh. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Z1WtNJmz3c0>> Acesso em: 18 nov. 2018.

habilidade de distinguir fato de ficção”, percebemos que uma vez quebrado esse pilar, um colapso pode atingir a todos nós.

Pós-verdade - pós-factual

Ainda em 2016 um aparente novo fenômeno tomou conta dos debates ligados à comunicação, sociedade e política, fazendo com que os estudiosos realizassem um movimento para abordar melhor os acontecimentos. Pós-verdade, eleita a palavra do ano pelo dicionário Oxford¹⁸ - ligado ao departamento da universidade norte americana que nomeia a publicação - fez movimentar as interpretações sobre movimentos comunicacionais. Conforme descrito na publicação, a palavra se refere a um adjetivo que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais.

Seguindo e referendando a maré de influência do termo, também em 2016 a Sociedade da Língua Alemã elegeu *postfaktisch* (Pós-factual)¹⁹ como a palavra do ano. Desta vez a definição do verbete foi apontada como descritiva de uma cultura política, baseada em emoção acima de fatos, levando à manipulação. Podemos perceber aqui a tônica da Pós-verdade ou do Pós-factual, o apelo às emoções acima de fatos, ou a crença pessoal em detrimento a verdade.

Seja como for, uma coisa é clara diante do artificial conceito da pós-verdade: como todas as modas, passará. E quando já tiver passado, todos voltaremos a falar da mentira no espaço público. Não teremos avançado muito neste ínterim, mas ao menos teremos livrado o assunto deste véu de mistério com o qual este pretensioso termo se cobriu e Nietzsche, em algum lugar, poderá sorrir aliviado (BERCKEMEYER, 2017, p. 27).

Desta forma descreve Berckemeyer (2017) a respeito da pós-verdade, fazendo referência a Nietzsche que com sua dimensão de hermenêutica na filosofia tratou da prática de interpretação, na sua forma tradicional de estudo. Assim como no ato moderno do empenho interpretativo, em que mensagens e formas distintas de comunicação são

¹⁸ Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>> Acesso em: 12 nov. 2018.

¹⁹ Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/p%C3%B3s-factual-%C3%A9-eleita-a-palavra-do-ano-2016-na-alemanha/a-36704514>> Acesso em: 12 nov. 2018.

tratadas, o campo em que a pós-verdade alcança é variado, consideradas as possibilidades na internet. Agora fotos e vídeos e diferentes formas de conteúdo somam-se as novas figuras de narrativas neste universo pós de algum sentido. “Embora não seja exatamente uma nova descoberta, o conceito de pós-verdade foi revigorado a partir da explosão de informações geradas ou reproduzidas na *web*”, (MEDEIROS, 2017, p. 23). Ainda destacando a consideração apresentada por Medeiros (2017), verificamos que um novo despertar sobre o conceito da pós-verdade foi levantado com o fomento gerado pelo ambiente virtual. Neste cenário destaca-se a participação de plataformas de redes sociais como vetores desta onda, onde o verdadeiro parece ultrapassado e cede lugar às emoções pessoais. Entretanto, cabe a nós reconsiderarmos todos estes significados. “No Direito não existe pós-verdade, existe a *verdade*. Não cabem os *fatos alternativos*, mas unicamente os *fatos*. E tampouco existem as chamadas *fake news*, mas as notícias *inverídicas*”, descreve (PINA, 2017, p. 41). Desta maneira percebemos que devemos procurar uma ênfase às reais implicações dos termos, e apesar de todo o eufemismo e demais caminhos - que tipos de abordagens e narrativas possam nos levar - no final temos que lembrar que aqui estamos lidando com o falso que por vezes pode se passar pelo alternativo e verdadeiro.

Análise de conteúdo do Projeto Comprova

Como referido ainda no resumo do presente artigo, para compreendermos o conteúdo de desinformação circulado durante as eleições de 2018 tomamos como base as análises realizadas pelo Projeto Comprova, que reúne jornalistas de 33 diferentes veículos de imprensa do Brasil. O material reunido pelo projeto compõe uma memória organizada da desinformação veiculada no período.

Para entendermos a construção desse conteúdo utilizamos técnicas baseadas na análise de conteúdo proposta por Bardin (1979). Essa metodologia nos auxiliou no processo de pré-análise do conteúdo da desinformação, a partir de uma cuidadosa coleta de todo o material do Projeto Comprova, orientou a organização das categorias de análise e, por fim, contribuiu para que pudéssemos compreender as características desse conteúdo.

Para analisarmos como as chamadas (pelo Projeto Comprova) *fake news* foram construídas durante a eleição presidencial brasileira de 2018 foi preciso estabelecer critérios e categorias ao conteúdo coletado para estudo na plataforma de fact-checking do

Comprova. Uma vez recolhidas todas as supostas notícias, foi possível perceber o grande universo de fatos verificados, como também as diferentes categorias atribuídas pelos responsáveis da iniciativa.

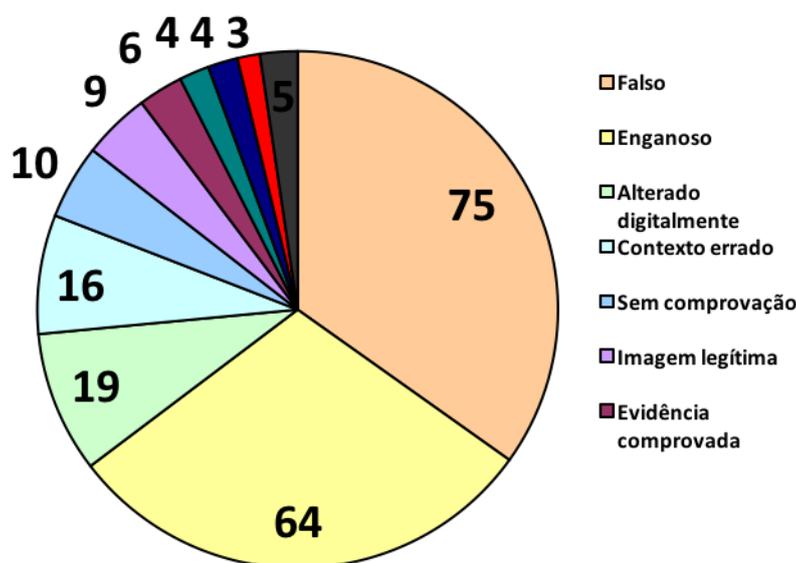
O Projeto iniciou o processo de investigação de fatos utilizando-se de ferramentas como NewsWhip, Google Trends, Crowdtangle e Tweetdeck. Além disso, o monitoramento manual de sites e páginas em redes sociais foi outro meio utilizado. O público participou enviando sugestões para o site de verificação. O Comprova disponibilizou perfis no Facebook e no Twitter, além de um número de Whatsapp, para que fosse possível contribuições de informações suspeitas, com a colaboração direta de pessoas interessadas pela checagem de fatos.

Assim o Projeto iniciou seu trabalho em caráter de experiencial no dia 16 de julho, iniciando as postagens de informações verificadas no dia 6 de agosto – dez dias antes do início da propaganda eleitoral em primeiro turno. Depois disso, as postagens de conteúdo verificado se estenderam até o dia 28 de outubro - domingo de votação em segundo turno para Presidente da República. Para a eleição de 2018, ao todo, 13 candidatos²⁰ concorreram ao posto mais alto do poder executivo no Brasil.

Ao longo deste período o Projeto Comprova realizou a checagem de 146 supostas narrativas noticiosas, amostra utilizada nesse estudo. O próprio Projeto se encarregou de categorizar os conteúdos analisados, e os classificou em uma ou mais categorias, totalizando 215 ocorrências diferentes, resultando nos seguintes números:

²⁰ Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2018/divulgacandcontas#/estados/2018/2022802018/BR/candidatos>> Acesso em: 12 mar. 2019.

Tabela 1 - Gráfico categorias do Projeto Comprova



Fonte: Comprova / elaborado pelos autores

Uma vez coletado o conteúdo para análise, foi preciso compreender como a desinformação vem sendo subdividida e também quais as possíveis distinções que cada narrativa falsa apresenta uma da outra.

Ao entrar em contato com o material coletado pelo Projeto Comprova passamos a analisar o conteúdo a partir dos autores citados nesse artigo. Para entender como a desinformação foi construída durante as eleições de 2018 optamos por dividir todo o conteúdo em novas categorias, baseados especialmente no trabalho de Wardle (2017). As classificações se dividiram em: sátira ou paródia, falsa conexão, conteúdo enganoso, falso contexto, conteúdo impostor, conteúdo manipulado e conteúdo fabricado. Formamos então a seguinte hierarquia de classificações: em primeiro a classificação dada pelo Comprova, em segundo a classificação possível do conteúdo dentre as sete possibilidades de desinformação elencadas por Wardle (2017). A partir disso foram criados três grupos principais para análise do conteúdo neste trabalho, levando em consideração os critérios acima mencionados e o número de ocorrências de cada fato elencado no Comprova:

Tabela 2 - Grupos de análise da desinformação

Projeto Comprova	Wardle (2017)	Analisado
Conteúdo: Falso, Sátira	Informação 100% falsa e construída para causar algum mal e espalhar um boato	Conteúdo fabricado
Conteúdo: Alterado digitalmente, Contexto errado e Imagem legítima	Conteúdo verdadeiro manipulado para enganar o público ou compartilhado com contexto falso	Conteúdo manipulado/falso contexto
Conteúdo: Enganoso, Sem comprovação, Fonte não confiável e Evidência insuficiente	Uso mentiroso de uma informação para difamar outro conteúdo ou pessoa e uso de nome pessoal ou marca com afirmações irreais	Conteúdo enganoso/impostor

Fonte: elaborado pelos autores

Conteúdo fabricado

Apesar da aparente redundância de se elencar um conteúdo fraudulento à um rótulo de matéria fabricada, a classificação se justifica pela sua razão de demonstrar como as falsas narrativas são constituídas e quais elementos constituem seu enredo. Conforme destaca Wardle (2017), conteúdos fabricados abrangem motivações em sua construção que se estendem desde satirizar - de onde surgem sátiras e paródias - até intenções como revoltar - neste sentido destacamos a tendência a suscitar polêmica. Neste mesmo fator de motivadores, a autora elenca intenções como a busca pelo lucro, em diferentes sentidos, assim como a intenção de causar influência política, constituindo assim propaganda.

Entre as notícias falsas com conteúdo em sua totalidade fabricado, foi possível destacar as narrativas veiculadas em Whatsapp, onde a construção de apenas um texto já permite que uma narrativa forjada circule na rede a partir do aplicativo.

Figura 1



Fonte: Projeto Comprova²¹

Tema recorrente entre as sátiras e conteúdos falsos checados pelo Comprova, destaca-se a fictícia Ursal. A sigla se refere a fantasiosa União das Repúblicas Socialistas da América Latina, ficção criada em um texto da socióloga Maria Lucia Victor Barbosa - no artigo “Os Companheiros”, publicado no site do filósofo Olavo de Carvalho, no dia 9 de dezembro de 2001. Conforme descreve o projeto de checagem, a suposta “Ursal” surgiu como forma de ironizar um encontro do Foro de São Paulo, realizado em Havana. Em contato com o Comprova a socióloga relatou estar surpresa, dizendo que a brincadeira havia se transformado em teoria conspiratória. Allcott e Gentzkow (2016), também classificam teorias conspiratórias como “primos próximos”, fora do universo objetivo do que eles chamam de *fake news*. Apesar disso, mais uma vez buscamos nos organizar pelas definições de tipos de desinformação de Wardle (2017), e foi possível perceber que uma sátira ou teoria conspiratória, pode ganhar repercussão e compor mais à frente fatos forjados.

²¹ Disponível em: <https://projetocomprova.com.br/post/re_2B5W8XbvqWMZ> Acesso em: 19 mai. 2019.

Conteúdo manipulado/falso contexto

Informações verdadeiras também foram base para a construção de conteúdos manipulados para enganar o público, ou mesmo fatos verídicos foram compartilhados com contexto falso, induzindo ao engano. Sobre estas narrativas falsas, Wardle (2017) apresenta motivações e implicações como a intenção de provocar revolta, busca pelo lucro a partir dos acesso on-line, assim como a intenção causar influência política, constituindo assim uma forma de propaganda.

A constatação nos leva à categoria *Imagem legítima* do Projeto Comprova, agregada a este grupo de *fake news*: Conteúdo manipulado/falso contexto, onde foi possível verificar notícias falsas com imagens sem nenhum tipo de adulteração. O que o Projeto apurou foi que conteúdo falso e fora de contexto foi veiculado a determinada imagem verídica, à fim de dar o efeito de credibilidade para a falsa informação. No exemplo da *figura 2* verifica-se a imagem real de índice de pesquisa do canal de Tv Band. Entretanto, o texto descrevendo a informação induz à um engano, sugerindo vitória ao candidato Jair Bolsonaro, quando na verdade o índice indica a quantidade de votos válidos apurados em pesquisa. Para dar crédito ao falso texto a publicação que circulou nas redes sociais, junto a foto factual, reproduzia um trecho de entrevista do cientista político Lúcio Rennó, da UnB (Universidade de Brasília) concedida à jornalista Miriam Leitão, do jornal O Globo. Mais uma vez, fatos reais foram utilizados para construção de notícias forjadas.

Figura 2



Fonte: Projeto Comprova²²

Conteúdo enganoso/impostor

No terceiro e último grupo analisado, agregamos os conteúdos classificados no Projeto Comprova como “Enganoso, Sem comprovação, Fonte não confiável e Evidência insuficiente”. Utilizando as tipologias sugeridas por Wardle (2017), é possível apontar que se trata de desinformação com uso mentiroso de uma informação para difamar outro conteúdo ou pessoa, e (ou) marca com afirmações falsas. No exemplo da categoria descrita, na *figura 3*, percebe-se mais uma vez a tentativa de se dar credibilidade à narrativa falsa a partir de fatos verídicos, mas fora de contexto, acrescidos de fatos fictícios.

²² Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/post/re_2B5W8XNryXPb> Acesso em: 19 mai. 2019.

Figura 3



Fonte: Projeto Comprova²³

A narrativa falsa buscou ligar o candidato Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT) a Adélio Bispo – agressor do candidato Bolsonaro - à um suposto esquema financeiro, utilizando-se do fato de uma apreensão em dinheiro da comitiva da Guiné Equatorial no aeroporto de Viracopos. Nas categorias pertencentes a este grupo de desinformação foi possível observar elementos semelhantes na busca de apresentar suposta credibilidade nas narrativas falsas. Além disso pode-se perceber que os elementos resultantes e motivadores - conforme Wardle (2017) - satirizar, suscitar polêmica e influenciar politicamente, foram encontrados nos temas verificados.

Conclusões

Fato preponderante entre as análises foi a constatação de que informações verdadeiras - advindas de matérias jornalísticas de texto, vídeo e foto publicadas na internet – servem de base para construção na busca por transmitir uma suposta sensação de credibilidade para a desinformação. Nesse sentido, produtos do jornalismo são retirados de seu

²³ Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/post/re_2B5W8XYR5rXN> Acesso em: 19 mai. 2019.

contexto e o que era informação se transforma em desinformação. Considerando a proximidade das eleições de 2022 é importante que a imprensa busque formas de dificultar a apropriação de conteúdo jornalístico por quem busca desinformar.

Além disso, conforme explica Wardle (2017), motivações como revoltar, são resultados esperados como efeito das narrativas falsas. Neste sentido a tendência a suscitar polêmica pode ser elencada como um fator existente entre o conteúdo forjado, embora não se possa afirmar claramente que compõem o eixo motivador principal da maior parte de conteúdos coletados.

Quanto à possibilidade do termo *fake news* ter caído em banalização, desrespeito a seu significado, foi possível verificar que a discussão acerca do tema ainda necessita mais avaliação e trabalhos acerca do assunto. Wardle (2017) reflete da impossibilidade, até o momento, de se encontrar outro termo que satisfaça as reais necessidades e reflita o tamanho da discussão de que trata a onda de desinformação chamada, popularmente, de *fake news*.

Até agora, todos concordamos que o termo "fake news" é inútil, mas sem uma alternativa, voltamos de forma embaraçosa a usar aspas sempre que proferimos a expressão. A razão pela qual estamos tendo dificuldade em encontrar um substituto é porque isso se refere a mais do que notícias, é sobre todo o ecossistema de informações. E o termo fake já começa a não descrever a complexidade dos diferentes tipos de desinformação (o compartilhamento inadvertido de informações falsas) e a desinformação (a criação deliberada e o compartilhamento de informações conhecidas como fake). (WARDLE, 2017. Tradução nossa)²⁴.

Desta forma percebemos que a discussão acerca do termo e sua definição pode indicar uma banalização da expressão, entretanto não é possível se apresentar afirmações conclusivas a respeito do tópico.

O Projeto Comprova tem sido uma iniciativa importante, não apenas para 'clarear' o debate político no Brasil, mas também para mostrar a enorme variedade de conteúdos enganosos. Não se trata mais apenas de sites de copiam os formatos de texto e layout clássicos do jornalismo. São conteúdos extremamente variados, que passam pela

²⁴ No original: By now we've all agreed the term "fake news" is unhelpful, but without an alternative, we're left awkwardly using air quotes whenever we utter the phrase. The reason we're struggling with a replacement is because this is about more than news, it's about the entire information ecosystem. And the term fake doesn't begin to describe the complexity of the different types of misinformation (the inadvertent sharing of false information) and disinformation (the deliberate creation and sharing of information known to be false).

manipulação de fotos e vídeos, pela descontextualização de informações verdadeiras, pelo uso de ferramentas como a sátira e o humor e, claro, pela mentira, dentre outras formas maliciosas de direcionar a opinião pública.

O material coletado pelo Comprova, passados quase quatro anos das eleições que levaram a extrema-direita ao poder no Brasil, se torna também um memorial de como um dos maiores países do mundo foi manipulado. A análise dos mecanismos que nos trouxeram até aqui é fundamental para entendermos a situação atual e também dá pistas sobre o que virá nos próximos pleitos.

Referências

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. **Social media and fake news in the 2016 election**. Journal of Economic Perspectives. 2017.

AQUINO, Mari Clara. **Interatividade e participação em contexto de convergência midiática**. Simpósio em tecnologias digitais e sociabilidade. 2011. Disponível em: <<http://gitsufba.net/simposio/wp-content/uploads/2011/09/Interatividade-e-Participacao-em-Contexto-de-Convergencia-Midiatica-AQUINO-Maria-Clara.pdf>> Acesso em: 22 set. 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, 1979.

BERCKEMEYER, Fernando. **A era da pós verdade: realidade versus percepção**. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 26-27, mar. 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2018.

COELHO, Alisson. **A construção social da crítica das práticas jornalísticas: Dispositivos críticos na esfera pública em rede**. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo, 2019.

KAPLAN, Andreas M.; Michael Haenlein. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**. Business Horizons 53, 2010. Disponível em: <<http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf>> Acesso em: 20 abr. 2019.

KIELY, Eugene; ROBERTSON, Lori. **How to spot fake news**. 2016. Disponível em: <<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news>> Acesso em: 19 set. 2018.

MEDEIROS, Armando. **A era da pós verdade: realidade versus percepção**. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 23-25, mar. 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2018.

MERRIAM-WEBSTER. The real story of 'fake news'. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>> Acesso em: 19 set. 2018.

PINA, Carolina. **A era da pós verdade:** realidade versus percepção. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 41-43, mar. 2017. Disponível em: <https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2018.

SOUZA, Rogério Martins. **Investigando as fake news:** análise das as agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil. Intercom, 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0343-1.pdf>> Acesso em: 18 nov. 2018.

TANDOC JR., E.; LIM, Z.W., LING, R. 2017. **Defining “fake news”:** a typology of scholarly definitions. Digital Journalism, London, 6(2):1-17, ago.

WARDLE, Claire. First Draft. **Fake news. It's complicated.** 2017. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>> Acesso em: 19 mai. 2019.