

O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno de comunicação política?¹

What are, in the end, fake news, as a phenomenon of political communication?

Tatiana Dourado² e Wilson Gomes³

Resumo:

O artigo discute o fenômeno das fake news no âmbito do uso de histórias sobre fatos inventados ou propositalmente alterados para fins políticos. Parte de um breve reconhecimento do efeito da ampla disseminação e consumo de narrativas pretensamente factuais, mas efetivamente falsa, no panorama político e da comunicação política contemporâneo, passa por uma tentativa de organização conceitual das noções envolvidas em uma definição consistente de fake news, tenta reconstruir as grandes linhas dos fenômenos sociais que permitiram a emergência da crise epistêmica na política contemporânea e, por fim, apresenta um estudo com uma amostra de 14 histórias comprovadamente forjadas sobre o tema de fraude nas urnas eletrônicas que circularam durante a campanha presidencial brasileira de 2018.

Palavras-Chave: Fake news 1. Epistemologia tribal 2. Fraude nas urnas 3.

Abstract: *The paper discusses the fake news phenomenon in the use of stories about facts invented or purposely altered for political purposes. Part of a brief acknowledgment of the effect of the widespread dissemination and consumption of allegedly factual but effectively false narratives in the political landscape and contemporary political communication, goes through an attempt to conceptually organize the notions involved in a consistent definition of fake news, reconstructs the main lines of social phenomena that allowed the emergence of the epistemic crisis in contemporary politics and, finally, presents a study with a sample of 14 stories proven forged on the subject of fraud in the electronic ballot boxes that circulated during the 2018 Brazilian presidential election.*

Keywords: Fake news 1. Tribal epistemology 2. Electronic vote fraud 3.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Cultura política, Comportamento e Opinião Pública do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

² Doutoranda no PPG em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia e pesquisadora do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT-DD). E-mail: tatianamaria.dourado@gmail.com

³ Doutor em Filosofia (1988), Professor Titular da UFBA, pesquisador CNPq 1-A, docente e orientador no PPG de Comunicação e Cultura Contemporâneas, coordenador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital. E-mail: wilsonsg@terra.com.br

1. O problema das narrativas falsas na comunicação política

Em uma eleição, disputa-se, por definição, mandatos públicos. Mas também se disputam os corações e as mentes dos eleitores, único caminho democraticamente legítimo para mandatos populares, e, como é cada vez mais claro, disputam-se narrativas, interpretações de fatos e histórias. Histórias, sim, no sentido de narrações sobre acontecimentos, no senso de relato sobre fatos. Não se trata apenas de produzir a melhor e a mais convincente interpretação sobre o que de fato aconteceu, e de concorrer com as compreensões alternativas destes mesmos eventos, mas de produzir relatos presumivelmente verdadeiros sobre acontecimentos presumivelmente reais e de disputar com relatos que os desafiem na esfera da atenção pública, seja no que tange à veracidade da narração seja no que se refere à efetividade dos fatos narrados.

Há claramente uma dimensão epistemológica em jogo na disputa por histórias políticas, na medida em que todas pretendem ser verdadeiras, mesmo quando os fatos que narram são altamente implausíveis, e mesmo quando histórias francamente contraditórias entre si aparecem ao mesmo tempo e colidem, à vista de todos, na esfera pública. A veemência na reivindicação de um estatuto epistêmico inquestionável para as minhas histórias, ou para os relatos que o meu lado oferece, contrasta de forma particularmente dramática com a multiplicação de histórias à primeira vista implausíveis e/ou sobre fatos improváveis ou com a proliferação de histórias em rota de colisão umas com as outras. Em suma: há cada vez mais reivindicações de verdade e há cada vez mais mentiras no que se refere a histórias políticas.

A disputa pela “verdade” e o uso da palavra “mentira” como autodefesa se fazem presentes eleição a eleição na política contemporânea do Brasil e do mundo. Em breve retrospecto, durante as eleições de 2010, por exemplo, a difusão da história de que o candidato José Serra teria sido ferido na cabeça por objeto sólido e pesado lançado por militante petista (posteriormente conhecida com a saga da

“bolinha de papel”⁴) se converteu em uma batalha de narrativas entre as versões do PT e do PSDB. Nesse mesmo pleito foi revelado que um perfil de blogueiro político e alguns blogs falsos haviam sido criados para desmentir boatos⁵ sobre Dilma e produzir conteúdos tendenciosos em defesa da candidata do PT, disseminados por pelo menos 130 outros perfis falsos (GRAGNANI, 2018).

Nas eleições seguintes, em 2014, o Brasil já vivia patamar mais acirrado de polarização⁶, tendo Aécio Neves (PSDB) e novamente Dilma Rousseff (PT) como principais opositores em um contexto de maior participação das mídias sociais na comunicação, na mobilização e no engajamento de eleitores nas campanhas eleitorais. Nesta eleição, a interferência de mentiras⁷ ou meias-verdades distribuídas online se tornou cada vez mais recorrente⁸.

⁴ O episódio em que o candidato José Serra teria sido atingido por uma bolinha de papel por militantes do PT em caminhada no Rio de Janeiro é um marco da batalha de narrativas online, nesse caso, mediada pela cobertura jornalística. A Rede Globo, a Folha de São Paulo e o Estado de São Paulo noticiaram que o candidato teria sido atingido por rolo de fita adesiva (<http://www1.folha.uol.com.br/poder/817469-serra-leva-pancada-na-cabeca-em-confusao-com-militantes-do-pt-no-rio.shtml>). Depois, SBT informou que o candidato foi atingido por uma bolinha de papel e essa versão se popularizou na internet. Folha chegou a contratar perito, que teria confirmado que Serra também tinha sido atingido por bolinha de papel em um ponto da caminhada, mas optou por não publicar essa informação (<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/2010-bolinha-de-papel-na-cabeca-de-serra-antecipa-fenomeno-das-fake-news.shtml>), considerando-a irrelevante, mesmo diante da polêmica. Esses veículos foram, portanto, acusados de pautar a versão do candidato. O Grupo Globo se defende sobre a cobertura do caso na seção “Acusações Falsas” dentro do site Memorial Globo: <http://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/caso-da-bolinha-de-papel.htm#>

⁵ Dilma foi envolvida em boatos que davam conta de que o aborto seria legalizado, de que ela era antirreligiosa, terrorista e a favor da morte de crianças. Naquela altura, o marqueteiro da campanha do PT chegou a dizer que “mentiras na internet mancharam a campanha” <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,assessor-de-dilma-na-web-diz-que-mentiras-mancharam-campanha,628237>

⁶ Sobre isso, sugerimos https://brasil.elpais.com/brasil/2014/10/26/politica/1414277456_310276.html

⁷ As principais mentiras do pleito apontavam que Aécio bateu em namorada em festa; que Dilma era lésbica e que a sua amante cobrava pensão; que Joaquim Barbosa seria ministro da Justiça de Aécio, que Lula era dono da Friboi, e, novamente, que Dilma era terrorista. Cf. em <https://www.boatos.org/politica/especial-os-10-maiores-boatos-espalhados-durante-eleicoes-014.html>. Também se dizia que Alberto Youssef havia sido assassinado (cf. <https://www.boatos.org/politica/alberto-youssef-e-achado-morto-em-curitiba-diz-informacao-falsa.html>) e que o PT trouxe 50 mil haitianos para votar, ver em <https://www.boatos.org/politica/informacao-falsa-pt-trouxe-50-mil-haitianos-para-votar-em-dilma-nas-eleicoes.html>, dentre outras coisas.

⁸ Naquela ocasião, Aécio Neves chegou a gravar vídeo para distribuição no WhatsApp pedindo ajuda contra “mentiras”. Ver em <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,aecio-grava-video-para-o-whatsapp-e-pede-ajuda-contras-mentiras,1574715>, e Dilma Rousseff repetia que a “verdade iria vencer a mentira” (Cf. <https://www.valor.com.br/eleicoes2014/3672808/verdade-vai-vencer-mentira-diz-dilma>).

Em 2018 já havia expectativa de o volume viral de boatos e mentiras poluir o debate eleitoral em função não só das eleições de 2016 nos Estados Unidos (GUNTHER; BECK; NISBET, 2018), do referendo do Brexit do Reino Unido (DUFFY, 2018) ou das eleições da França em 2017 (FERRARI, 2017), entre outros, mas também de episódios pré-eleitorais do Brasil, como o rastilho de boatos online que se seguiram à execução da vereadora Marielle Franco⁹ (PSOL), à greve dos caminhoneiros¹⁰ e à prisão do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva¹¹. Esses casos, que antecederam a corrida eleitoral brasileira, foram representativos no sentido de mostrar o potencial de relatos sobre fatos inverídicos influenciarem a discussão e o discurso públicos e servirem de peças estratégicas para batalhas ideológicas.

É muito provável que a produção e disseminação de relatos falsos com fins políticos seja um fenômeno coextensivo à própria política. É plausível imaginar que boa parte da energia despendida na comunicação política em ambiente competitivo sempre envolveu a invenção de história e a disseminação de boatos, pelos mais diferentes meios e com os mais variados propósitos imediatos, a fim de criar ou destruir imagens públicas de atores políticos, produzir medo na plebe ou no eleitorado ou induzir comportamentos e atitudes dos interessados nas disputas políticas. Um boato, naturalmente, não precisa basear-se em uma história falsa, mas é igualmente plausível imaginar que a invenção de fatos inexistentes desempenhe um papel importante nas narrativas disseminadas, assim como são relevantes a distorção, o exagero, a supressão ou qualquer forma de alteração intencional dos fatos realmente acontecidos.

Quando se fala de histórias falsas, distorcidas, exageradas ou com supressões, tem-se em mente duas ordens de coisa. De um lado, a ordem da linguagem, vez que se trata de uma narrativa, que, em si mesma, pode ser coerente e consistente

⁹ Sobre isso, sugerimos em <https://oglobo.globo.com/rio/como-ganhou-corpo-onda-de-fake-news-sobre-marielle-franco-22518202>

¹⁰ Sobre isso, sugerimos em <https://veja.abril.com.br/blog/maquiavel/fake-news-sao-combustivel-para-manutencao-da-greve/>

¹¹ Sobre isso, sugerimos <https://www.dw.com/pt-br/lula-se-entrega-%C3%A0-pol%C3%ADcia-federal/a-43293959>

ou o contrário disto. De outro, a ordem da narrativa factual¹², ou seja, um relato que se refere essencialmente a fatos, a eventos da ordem da realidade. Assim, quando se diz que uma história é falsa, significa que uma narrativa presumivelmente referida a eventos da ordem da realidade não dá conta dos fatos que diz relatar. Ou porque esses fatos não aconteceram ou, alternativamente, porque aconteceram diferentemente do que está sendo narrado. A verdade ou falsidade de uma história, portanto, está relacionada à possibilidade de que certas narrativas factuais expressem ou não os fatos reais a que se referem.

2. Faking the news

Nos últimos tempos, reservou-se (e, com isso, popularizou-se) o termo *fake news* para designar os relatos pretensamente factuais que inventam ou alteram os fatos que narram e que são disseminados, em larga escala, nas mídias sociais, por pessoas interessadas nos efeitos que eles poderiam produzir, principalmente os relatos inventados, alterados e difundidos com propósitos políticos. O termo *fake news*, como se sabe, popularizou-se como elemento da retórica de Donald Trump e passou a designar o grande volume de narrativas falsas que foram produzidas, consumidas e compartilhadas nas eleições dos Estados Unidos que o elegeu para a Casa Branca em 2016 (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; GUESS; NYHAN; REIFLER, 2018). O episódio evidenciou práticas de campanhas eleitorais digitais mais alinhadas a novas técnicas de propaganda política e de manipulação da opinião pública como o uso de fábrica de *trolls* e de distribuição segmentada de mensagens com base em *big data*. E estremeceu o mundo.

A escolha desta expressão, contudo, acrescenta outra característica, advinda da noção de “news” (notícia), à ideia já conhecida de relatos formalmente factuais que praticam a contrafação de inventar ou alterar os fatos a que pretensamente se referem. Com ela se põe, portanto, ênfase considerável no fato de que não se trata

¹² Narrativas, relatos ou histórias podem ser factuais, quando referidas a fatos, mas também podem ser intencionalmente ficcionais, quando produzidas com base na faculdade da imaginação, na fantasia. Naturalmente, histórias factuais podem ser verdadeiras ou falsas, enquanto relatos ficcionais podem ser coerentes ou incoerentes, consistentes ou inconscientes, verossímeis ou inverossímeis etc.

de quaisquer narrativas factuais, mas de relatos jornalísticos, de histórias do noticiário. Com isso, se implica aqui a autoridade e a credibilidade da instituição do jornalismo e dos seus processos de produção de relatos autorizados e dotados de credibilidade sobre os fatos da realidade. Não são quaisquer relatos falsos, mas contrafações do próprio jornalismo.

E isso não apenas porque o jornalismo, reconhecidamente, é uma atividade e uma instituição essencialmente vinculada à produção de relatos factuais. Outras instituições, como a ciência, também o são. Trata-se, então, principalmente do fato de que o jornalismo é considerado como o lugar por antonomásia das narrativas factuais sobre a atualidade, sobre o que está acontecendo no mundo, particularmente no mundo político, neste momento.

Quando se decide que as narrativas factuais de que estamos falando são “news”, ainda que forjadas, naturalmente se aposta no fato de que os criadores de narrativas falsas tentam uma dupla contrafação, seja inventando ou alterando os fatos a que referem as suas histórias, seja camuflando a narrativa, na ordem da linguagem, segundo o estilo e a aparência das reportagens jornalísticas. Na verdade, como veremos no nosso estudo empírico, há mais histórias falsas em circulação do que histórias falseadas camufladas no formato de reportagens. Isso não muda o fato, contudo, de que praticamente todas as histórias falsas em circulação pretendam-se, explícita ou implicitamente, relatos factuais autênticos sobre fatos correntes no mundo.

Além disso, raramente alguém põe em dúvida hoje o fato de *fake news* serem criaturas essencialmente digitais. A expressão, de fato, é reservada às histórias factuais que circulam amplamente em ambientes digitais de convivência - como se designam todas as formas de digitais de redes sociais por onde circulam não apenas informações, mas também identidades e afetos – ou são distribuídas através dos *social media*, conjunto de dispositivos e aplicativos, mormente baseados em tecnologias móveis, por meio dos quais se compartilham conteúdos de toda natureza, de maneira ininterrupta e em situação de conexão permanente. Nesse sentido, *fake news* são hoje parte importante da dieta de informação obtida digitalmente. Não, naturalmente, porque só podemos mentir e inventar *online*, nem

porque há alguma coisa na vida *online* que estimule as pessoas à contrafação da informação, mas porque a crescente digitalização da vida inclui a intensa digitalização de tudo o que a vida comporta, inclusive a atividade de falsificar e alterar fatos para manipular as pessoas politicamente.

Não nos enganemos, contudo, de que se trata de mera digitalização da invenção de fatos. A vida digital comporta possibilidades nunca experimentadas no território da contrafação de narrativas factuais, sobretudo porque acrescenta a esta atividade uma capacidade sem precedentes de alcance na disseminação de conteúdo falso e uma velocidade antes impensável de propagação. Sem mencionar a facilidade na produção de conteúdo, as possibilidades de distribuição extremamente segmentada para o público-alvo, a capacidade de exposição inadvertida nos smartphones, a extrema maleabilidade e reprodutibilidade dos materiais digitais.

Tudo somado, em que situação nos encontramos hoje no que tange à ecologia dos relatos pretensamente factuais que falsificam ou alteram fatos com propósitos políticos?

Primeiro, há o registro de um mal-estar sem precedentes em virtude da constatação da quantidade e do alcance de histórias falsas sobre acontecimentos políticos correntes, e do seu enorme efeito estimado sobre as eleições contemporâneas, sobre a vida pública e sobre a própria democracia. É praticamente unânime, neste momento, a constatação de que o mundo político se está dissolvendo em mentiras e engodos e que já não há muita coisa a fazer para evitá-lo.

Segundo, há a constatação da enorme dificuldade de se controlar a profusão de *fake news* na política e de se combater os seus efeitos. Antes de tudo, quando se encontra uma consistente correlação entre o repentino pico na produção, difusão e uso de histórias políticas falsas, por volta de 2016, e a acentuada curva para cima do movimento conservador de direita, exatamente nas mesmas sociedades. O tema da “crise epistêmica” intencionalmente produzida pela nova direita em seu próprio benefício consiste em desqualificar todas as instituições tradicionalmente dotadas de

credibilidade para arbitrar sobre o conhecimento socialmente aceito sobre fatos: ciência, universidade, jornalismo.

Esta é a razão pela qual a expressão “*fake news*” se tornou reversível: quando um liberal a usa, refere-se a notícias sobre fatos inventados ou reportagens que alteram os fatos segundo as conveniências políticas de quem as cria; quando a empregá-la está um conservador de direita, como Trump ou Bolsonaro, a referência é ao jornalismo em geral, considerado, por eles, uma instituição já comprometida, quer dizer, já invadida e controlado pelos liberais e pela esquerda. E o mesmo se estenderia ao que dizem os intelectuais, os professores e os cientistas, tudo *fake* segundo a premissa persecutória da nova direita. As *fake news*, nesta perspectiva, são apenas mais um caso de contrafação de relatos factuais, que igualmente seriam feitos por intelectuais, professores e cientistas. Assim, o que para nós seria a industrialização da contrafação das narrativas factuais por parte da nova direita, para eles seria a criação de uma ecologia midiática alternativa, necessária em face do alegado cerco dos liberais e dos esquerdistas, para produzir informações, jornalísticas e científicas, para consumo próprio dos públicos da direita e em conformidade com seus princípios e valores. Assim, paralelamente ao esforço de produzir descrédito à mídia considerada irremediavelmente comprometida, sustenta-se uma peculiar epistemologia tribal, segundo a qual um relato é verdadeiro ou falso não em função dos fatos a que se referem, mas em virtude dos valores que reforçam, dos princípios que sustentam. Se a objetividade e a neutralidade estão irremediavelmente perdidas, o que é bom para nós é verdade e o verdadeiro é tão somente o que é bom para nós.

Neste quadro, o combate às *fake news* é uma tarefa desoladora, uma vez que toca o cerne de uma disputa que é, ao mesmo tempo, epistemológica e política, em que circunstâncias sociais em que a nova direita avança fortemente conquista posições de poder político e extensão da sua base social. Se presidentes da República, ministros e figuras proeminentes da política se tornam eles mesmos produtores ou disseminadores de histórias políticas falsas, se repetem incessantemente para os seus seguidores que *fake news* são as notícias produzidas pela grande imprensa e não aquelas fabricadas pela nova direita e se fazem questão

de pregar a epistemologia tribal, quais as chances de se enfrentar a onda avassaladora de falsificações que parece comprometer tão intensamente a política democrática em nossos dias?

Em terceiro lugar, temos dificuldades que afetam o estudo sobre os relatos factuais falsos na política contemporânea. Na forma digital inédita que assumem esses relatos, em que consiste ou a que está relacionada a maior parte da sua novidade, não se trata de um objeto de pesquisa a que estejamos acostumados. As abordagens teóricas estão sendo criadas neste momento, métodos de coleta, medições e análise estão ainda sendo inventados e testados e as decisões sobre o que é importante considerar no fenômeno ainda estão por serem tomadas.

Neste sentido, consideramos adequado propor um estudo empírico sobre o tema que nos permita embasar algumas conclusões sobre a natureza peculiar das *fake news*, incluindo aí, por força, o processo da sua circulação digital, os interessados envolvidos em sua disseminação e as suas características políticas. O estudo consiste na análise de 14 histórias, todas certificadas como *fake news* por projetos de verificação de fatos no Brasil, que circularam no mês de outubro de 2018, quando ocorreram o primeiro e o segundo turno das eleições brasileiras. A restrição temática usada para a formação do *corpus* foi a ideia de que as urnas brasileiras seriam fraudadas. Na sua totalidade, as histórias foram compartilhadas pelo menos 1.006.368 nas principais plataformas digitais e circularam por redes *online* que majoritariamente de conservadores de direita e apoiadores da candidatura de Jair Bolsonaro.

3. Um estudo sobre fake news na campanha de 2018

Algumas premissas

Neste estudo, buscamos identificar quatro elementos que consideramos decisivos para uma correta avaliação de *fake news*: contexto da guerrilha informativa, meios e modos de propagação, mimetização jornalística e teor político. Não achamos que sejam as únicas categorias a merecer observação, quando se

trata de *fake news*, mas consideramos que sejam elementos essenciais, que não deveriam passar despercebidos ou não serem analisados.

Em primeiro lugar, consideramos que, frequentemente, o surgimento de fake news de ampla viralização sobre determinado assunto é precedido por disputas e tensões informativas não de raro amparadas em distorções, narrativas conspiratórias e boatos sem fundamento sobre o tema retratado. A saga do Kit Gay, da qual faz parte a lenda da “mamadeira de piroca”, por exemplo - série de *fake news* produzidas sobre o programa anti-homofobia que o Ministério da Educação (MEC) iniciou, mas não implementou, durante o governo Dilma Rousseff -, não teria tido o sucesso que obteve sem a contribuição do jornalismo na construção do rótulo “kit gay” e sem a profunda disputa narrativa que se deu em torno de ideias como a de “indução à homossexualidade”, “incentivo à pedofilia” e “estímulo à atividade sexual precoce de crianças em idade escolar” mobilizadas pelo campo conservador.

Isso não significa, claro, que todas as contrafações de relatos fatuais publicadas derivem de contextos de disputa narrativa e sejam parte de uma guerrilha de desinformação sobre um tema específico. O fato é que uma guerrilha de desinformação em curso, com pelo menos uma parte muito mobilizada sobre um assunto que lhe é sensível, é condição de possibilidade para o sucesso de história forjada sobre qualquer assunto. A guerrilha de desinformação mantém a temperatura política em alta, a atenção coletiva sobre o tema concentrada e os nervos expostos e suscetíveis a qualquer novo estímulo, que são as condições fundamentais para a propagação viral em larga escala de qualquer narrativa falsa sobre qualquer assunto¹³.

Do contexto da guerrilha informativa participam os mais diversos atores como cidadãos anônimos, jornalistas, políticos, partidos, militantes e influenciadores. Também não é incomum que alguns dos relatos circulantes virem notícia nos meios de comunicação e que continuem presentes no imaginário de parte da sociedade

¹³ A história de que Adélio Bispo, que esfaqueou o candidato Jair Bolsonaro em Minas Gerais, teria sido o coordenador da campanha de Dilma Rousseff em Juiz de Fora, por exemplo, não teve um contexto informativo precedente, mas se encaixava perfeitamente, por suas características principais, na guerrilha de informação que a direita bolsonarista travava naquele momento. Sobre isso, sugerimos: <https://www.otempo.com.br/hotsites/elei%C3%A7%C3%B5es-2018/dilma-vai-%C3%A0-justi%C3%A7a-contr-a-pastor-malafaia-por-lig%C3%A1-la-a-agressor-de-bolsonaro-1.2028203>

mesmo sendo desmentida por fontes oficiais e por iniciativas de verificação dos fatos. No caso em que o contexto da guerrilha de informação incluía um conjunto de tentativas prévias de produção e distribuição de distorções de fatos, boatos e narrativas conspiratórias, destacamos duas categorias: teor dos boatos e principais atores envolvidos na sua promoção.

A categoria *teor dos boatos* busca mapear os principais comentários, argumentos, opiniões e rumores que circularam amplamente antes das *fake news*. Já na categoria *promotores de boatos* há que se identificar os principais atores responsáveis por produzir o clima de conspiração, de polarização e de susceptibilidade necessário para a disseminação viral da história forjada. Em ambos os casos é complicado localizar os dados através de monitoramento automatizado do debate político, isto é, em tempo real, pois não é possível conhecer previamente temas, palavras-chave, atores envolvidos e etc. para direcionar a coleta nas redes específicas. Por isso, uma das soluções encontradas foi buscar os dados a partir de rastros deixados nos textos de projetos de verificação de fatos e da imprensa em geral, bem como pesquisas em buscadores e mídias sociais por meio de palavras-chave, além do uso de ferramenta de monitoramento como o BuzzSumo e o CrownTangle, em suas versões gratuitas.

Em segundo lugar, há que se considerar ainda que o alcance que dada *fake news* ganha em termos de compartilhamento e volume viral também molda a validação da história, mesmo sendo inteiramente falsa. A forma como *fake news* se espalham e passam de uma plataforma a outra, portanto, é parte elementar do fenômeno baseado nas mídias sociais (BOUNEGRU *et al*, 2017). Estudar modos de propagação significa, nesse sentido, compreender principalmente a origem, a força e o percurso das histórias. Para isso, compreendemos ser preciso destacar quatro elementos, a saber, o alcance, os emissores, as plataformas e as redes políticas envolvidas.

Por *alcance*, entende-se a penetração que as histórias alcançaram nas mídias sociais, ou o volume dos que foram expostos à narrativa e/ou com ela se envolveram. Os *emissores* são, evidentemente, os primeiros e/ou os principais propagadores das *fake news*, sobre os quais analisamos também se houve suspeita

de automação. Em alguns casos, geralmente um pequeno conjunto de emissores pode ser responsável pela maior parte dos compartilhamentos. Em outros, a propagação se dá de forma mais horizontal e descentralizada, quando muitos emissores concentram volume alto de compartilhamento, ou seja, diversos perfis, páginas e *websites* publicam a mesma história ou diferentes versões, com consequente proporção de longo alcance. Por *plataformas*, a proposta é identificar qual o meio primário da difusão da história e por quais outros circulou com alguma relevância. Por *redes políticas*, o objetivo é analisar qualitativamente os emissores (perfis e páginas), previamente identificados, do ponto de vista de espectro político, ideológico ou moral.

Em terceiro lugar, temos a questão da mimetização das histórias forjadas de forma a que pareçam notícias produzidas pelo sistema profissional do jornalismo. Essa dimensão lança luz ao simulacro de profissionalismo que cerca uma peça de *fake news*. O intuito é tematizar os recursos que são empenhados para conferir sentido de objetividade, legitimidade e credibilidade às histórias por considerar esse um dos elementos decisivos para distinguir *fake news* de boatos e outros tipos de conteúdo enganosos. Acreditamos que a “intenção de enganar”, variável discutida como elemento estruturante do conceito de *fake news* (ALLCOTT *et al.*, 2018; HENDRICKS; VESTERGAARD, 2019) - porém difícil de medir já que está associada à atitude subjetiva de compartilhar de um indivíduo - é demonstrada na roupagem jornalística dada à história. Por isso, nesse quesito, consideramos os seguintes elementos: *formato* (como texto, áudio, vídeo, notícias, entre outros), *fontes distribuidoras* (conjunto de *sites* que simulam ser um portal noticioso), *citação de fontes* (uso de fontes de informação para aparentar veracidade), *uso de jargões* (elementos da linguagem do jornalismo) e *ideia subjacente de fato* (sentido de um acontecimento que tem relação com a realidade).

Em quarto lugar, enfim, temos o teor político. Naturalmente, este aspecto deve aparecer aqui apenas porque estamos tratando de *fake news* políticas. O fato é que o alcance de dada *fake news* está diretamente associado ao teor político dessa história. Em outras palavras, certos atores, eventos e temas, per se, conseguem mobilizar sentimentos e impulsionar engajamento mais do que outros. Nesse

sentido, é preciso prestar atenção aos *atores políticos* (figuras ou instituições públicas abordadas), à *temática* (classificação da história por assunto) e ao *viés* adotado (termos e expressões apelativas que acionam sentimentos extremistas e radicais).

O estudo empírico

O conjunto histórias falsas sobre o tema “fraude nas urnas” representou 3,5% da amostra dos conteúdos classificados como *fake news* durante o mês de outubro no período das eleições de 2018. A amostra foi formada por 14 diferentes relatos que atacam a confiabilidade das urnas eletrônicas brasileiras, usadas como principal equipamento eleitoral no país desde 2000¹⁴. Os nomes mais comumente atribuídos às histórias estão abaixo (FIG. 1).

| Títulos |
|--|
| PF prendeu van com 152 urnas eletrônicas fraudadas por Haddad |
| Palocci denuncia fraude nas urnas eletrônicas feita pelo PT em 2014 |
| Urna eletrônica fraudada mostra voto para Haddad quando “1” é digitado |
| Haddad tem 9909 votos em seção com 777 eleitores, mostra boletim de urna |
| Exército diz que eleição será anulada e será em papel se fraude nas urnas for confirmada |
| 7,2 milhões de votos foram anulados pelas urnas no último domingo |
| Urnas apreendidas no Paraná passaram por auditoria e há prova alguma de fraude |
| Ursal armou esquema para manipular urnas |
| Urnas eletrônicas irregulares foram apreendidas em carro particular no Amazonas já preenchidas com votos para Haddad |
| Vídeo mostra urna com defeito em teclado e prova fraude em votação |
| Urnas estavam sem lacre em escola de Uberlândia |
| Urna no Pará anulou voto para Jair Bolsonaro |
| TRE-SP identificou urnas que 'adulteraram os votos digitados' |
| Urnas eletrônicas não estão programadas para o horário de verão |

FIGURA 1 – Histórias por títulos

FONTE – Elaboração própria

Contexto de guerrilha informacional

A suspeita de que as urnas eletrônicas não são confiáveis faz parte de crença crescentemente difundida nos últimos anos no Brasil, principalmente no movimento

¹⁴ Ver em <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2016/07/urna-eletronica-completa-vinte-anos-de-uso-no-brasil>

da nova direita. A minirreforma política de 2015 chegou a incluir um projeto do então deputado federal Jair Bolsonaro¹⁵, segundo o qual um comprovante impresso de voto deveria ser emitido para cada eleitor, mas o Supremo Tribunal Federal¹⁶ suspendeu esse dispositivo dois meses antes do primeiro turno das eleições de 2018. Ainda consta no portal da Câmara dos Deputados a informação de “há muitos projetos em tramitação” para fiscalizar os votos eletrônicos nas eleições¹⁷. Além disso, a tese de fraude nas urnas sem o voto impresso fez parte do discurso de Jair Bolsonaro antes do início da campanha: “A grande preocupação não é perder no voto, é perder na fraude. Então, essa possibilidade de fraude no segundo turno, talvez no primeiro, é concreta”¹⁸, disse. A mesma afirmação foi reiterada pelo candidato outras vezes, inclusive na versão de que o “PT teria intenção de alterar o desfecho da corrida presidencial”¹⁹. Perto do final da campanha, rematou que problemas nas urnas impediram sua vitória no primeiro turno²⁰. Buscas no Google Trends por “fraude nas urnas” mostram demanda acentuada depois do primeiro turno, atingindo picos entre os dias 7 e 13 de outubro, e decrescendo no fim do mês²¹.

Das 10 notícias mais populares sobre fraude nas urnas, três delas são do *site* “República de Curitiba” e uma do *site* “O Antagonista”, dois veículos da ecologia midiática da nova direita, que juntas somaram 597.1 K de engajamento nas plataformas de mídias sociais²². O interesse pelo assunto também é representado em vídeos no YouTube – um deles com 3.233.679 visualizações: “Polícia Federal

¹⁵ Ver em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/07/politica/1518009776_100288.html

¹⁶ Ver em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/majoria-do-stf-suspende-voto-impresso-nas-eleicoes.shtml>

¹⁷ Ver em <http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/POLITICA/563312-PROPOSTAS-QUESTIONAM-SEGURANCA-DA-URNA-ELETRONICA-TSE-GARANTE-QUE-O-EQUIPAMENTO-E-SEGURO.html>

¹⁸ Ver em <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/16/bolsonaro-chora-diz-que-eleicao-pode-ter-fraude-e-que-haddad-soltara-lula.htm>

¹⁹ Ver em <https://www.valor.com.br/politica/5875993/bolsonaro-vai-ao-tse-reiterar-desconfianca-sobre-urna-eletronica>

²⁰ Ver em <https://24.sapo.pt/atualidade/artigos/bolsonaro-diz-que-problemas-com-urnas-eletronicas-impediram-vitoria-na-primeira-volta>

²¹ Ver em <https://trends.google.pt/trends/explore?geo=BR&q=fraude%20urnas>

²² Dados obtidos com base em buscas no BuzzSumo.

investiga fraude nas urnas! Haddad é suspeito”²³ e outro com 2.119.126: “Procurador desmascara fraude nas urnas ao vivo no Senado”²⁴. Outros três vídeos localizados nesta plataforma somam 689.516 visualizações²⁵. Da mesma forma, publicações com alta soma de engajamento sobre fraude nas urnas foi encontrada em outras redes sociais, como Facebook, Twitter e Instagram. Um desses conteúdos é um vídeo gravado por policiais militares do Distrito Federal (que se apresentam como sargentos) em que relatam problemas nas urnas. Este vídeo foi encontrado em duas publicações pessoais no Facebook, com 290 mil e 109 mil compartilhamentos. Um perfil no Instagram chegou a ser criado para reunir denúncias, notícias e conspirações sobre o tema²⁶.

Além de cidadãos comuns, políticos também articularam diretamente o argumento da fraude. Entre os políticos, publicações de candidatos e/ou apoiadores de Jair Bolsonaro, entre eles Eduardo Bolsonaro²⁷, Flavio Bolsonaro²⁸, Joice Hasselmann²⁹, Bia Kicis³⁰, Fernando Holiday³¹, Delegado Francischini³² e Cabo Daciolo³³, por exemplo, sobre a possibilidade de que urnas fossem fraudadas tiveram amplo compartilhamento. O argumento foi usado como estratégia de mobilização política, na qual eleitores eram estimulados a buscarem informação para ajudar a fiscalizar irregularidades no dia da votação. Paralelamente, o clima de desconfiança também foi fortalecido a partir do compartilhamento de notícias da imprensa profissional sobre denúncias de fraude nas urnas ou troca do equipamento. Uma delas, “TSE registra quase 1,3 mil urnas com problemas”, teve mais de 15 mil interações em plataformas de mídias sociais, segundo a ferramenta

²³ Ver em https://www.youtube.com/watch?v=pI5abki4r-E&fbclid=IwAR1eEvql11zoAaWA6LheoBaCc9KwF4PRzFg5gliS5LSKH_4w1MUv1WoylHg

²⁴ Ver em https://www.youtube.com/watch?v=s_l8giFUaG0

²⁵ Ver em https://www.youtube.com/watch?v=9hbfEji_sbs, <https://www.youtube.com/watch?v=xl49LYULEtI> e <https://www.youtube.com/watch?v=5gULjZg5ouQ>

²⁶ <https://www.instagram.com/fraudenasurnas/>

²⁷ <https://twitter.com/bolsonarosp/status/1048958973221789696>

²⁸ <https://twitter.com/flaviobolsonaro/status/1039466282347839488>

²⁹ <https://www.facebook.com/watch/?v=310207112900985>

³⁰ <https://www.facebook.com/watch/?v=1940545406035184>

³¹ <https://twitter.com/fernandoholiday/status/1049328183147986945>

³² https://twitter.com/francischini_/status/1049350286127636480

³³ <https://www.facebook.com/watch/?v=156908911915723>

CrownTangle, sendo que mais de cinco mil foram provenientes da página USP Livre³⁴, no Facebook, movimento de direita da Universidade de São Paulo.

Meios e modos de propagação

As 14 *fake news* sobre fraude nas urnas foram compartilhadas mais de um milhão de vezes³⁵ (1.006.005) no Facebook, Twitter e Whatsapp³⁶ (FIG. 2), somadas as plataformas. Esse volume de mensagens foi distribuído por pelo menos 405 propagadores, sendo 388 perfis/usuários e 17 páginas. Facebook e WhatsApp foram as plataformas primárias ou muito relevantes para a disseminação das histórias. No Twitter, os relatos apareceram de forma mais automatizadas e com pouco compartilhamentos, geralmente para distribuir *hiperlink* com a mesma publicação no Facebook (FIG. 3).

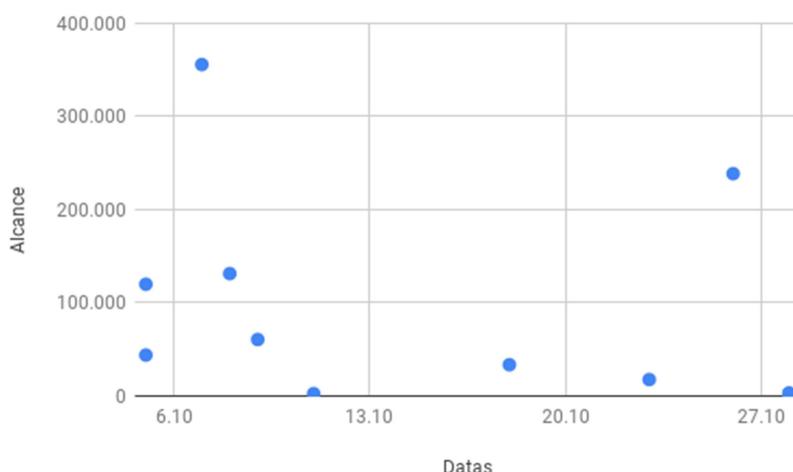


FIGURA 2 – Alcance em outubro 2018
FONTE – Elaboração própria

³⁴ <https://www.facebook.com/LivreUSP/posts/926848784180722>

³⁵ Em geral, os números foram inseridos no estudo com “pelo menos” ou “no mínimo” porque foram quantificadas as publicações mais relevantes e que foram localizadas, tendo em vista que as redes sociais podem remover posts por política própria ou por decisão judicial.

³⁶ Os dados do WhatsApp foram obtidos em buscas no Monitor do WhatsApp, projeto da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), que monitora mais de 300 grupos fechados do mensageiro diariamente.

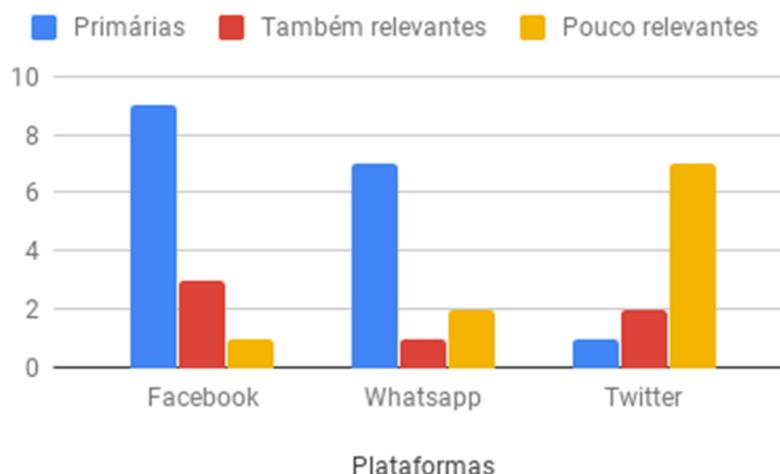


FIGURA 3 – Histórias por plataforma
 FONTE – Elaboração própria

A análise das redes políticas, por sua vez, mostrou que perfis, grupos e páginas por onde circularam *fake news* sobre fraude nas urnas foram majoritariamente bolsonarista, antipetista, antilulista, antiesquerda, com defesa significativa do nacionalismo, patriotismo e intervenção militar e crítica recorrente à corrupção. Entre os emissores, parte considerável também expressa valores da religião católica e evangélica, em suas versões conservadoras, bem como enaltece as figuras de Enéas Carneiro, referência da extrema-direita brasileira, além do ex-juiz Sérgio Moro e do procurador da República Deltan Dallagnol, que ganharam notoriedade com a Operação Lava Jato e com o discurso de combate à corrupção.

A história com mais compartilhamentos, por volta de 355.647, circulou no dia 7 de outubro de 2018, quando ocorreu o primeiro turno das eleições, e afirmava que a urna eletrônica já mostrava voto em Fernando Haddad assim que o número 1 era digitado. Desse total, 121.923 compartilhamentos foram de uma publicação da página “Conservadores EM Ação” no Facebook. Outros *posts* foram igualmente relevantes, entre eles os de três perfis pessoais, com 94 mil, 78 mil e 10 mil compartilhamentos no Facebook, bem como de figuras públicas, a exemplo da jornalista e comentarista de política Joice Hasselmann (eleita deputada federal), que teve 11 mil compartilhamentos no Twitter, e de Flavio Bolsonaro, filho de Jair

Bolsonaro (eleito senador federal), com 6,5 mil compartilhamentos no Twitter. O *post* de Flávio Bolsonaro no Twitter foi o único removido.

A amostra indica que o efeito viral tende a se verificar mais quando há um pequeno número de publicações que concentra volume alto de compartilhamento do que quando há grande número de publicações com volume pequeno de compartilhamento. Isso quer dizer que há uma tendência de que *fake news* virais tenham emissores que concentrem boa parte dos compartilhamentos.

Alguns exemplos são comparados para exemplificar essa correlação. O primeiro se refere à história que dizia que vídeo comprovava que defeito em teclado mostraria fraude na votação, que circulou em torno do dia 11 de outubro de 2018. Ao todo, essa história envolveu cerca de 238.405 compartilhamentos no Facebook, sendo que 238 mil foram provenientes de um único perfil pessoal, que postou a publicação no grupo público intitulado “Grupo Olavo de Carvalho”. Outro caso, que dizia que Haddad teve mais voto do que eleitores em seção eleitoral, com pelo menos 131.030 compartilhamentos no total, concentrou 99.238 desse volume em um único perfil pessoal. Por outro lado, a história que teve maior número de propagadores relevantes identificados, pelo menos 28, somou 17.211 compartilhamentos – nesse caso, o emissor principal foi um perfil pessoal que concentrou cerca de cinco mil compartilhamentos; outros três perfis giraram em torno dos mil e os seguintes com menos de mil. Essa história dava conta de que urnas eletrônicas já preenchidas com voto para Haddad foram apreendidas no Amazonas. Em outro caso, que afirmava que as urnas eletrônicas não estavam programadas para o horário de verão, foram computados 141 compartilhamentos no Facebook, mesmo a história sendo distribuída por pelo menos 10 perfis nessa mídia social.

Mimetização jornalística

A camuflagem noticiosa não foi o forte das histórias sobre fraude nas urnas classificadas como *fake news* que circularam no mês de outubro das eleições de 2018 do Brasil, como veremos. Em primeiro lugar, na categoria *formato*, é

importante salientar que é comum que uma mesma história ganhe versões diferentes. Por isso, foram encontrados 16 diferentes formatos para as 14 histórias estudadas: duas delas tiveram mais de um formato (em um caso três e em outro dois). Histórias formatadas como texto foram preponderantes (sete), seguidas por vídeos (cinco), imagem (dois), card³⁷ (dois) e áudio (1). É comum que *fake news* formatadas como vídeos, imagem, *card* ou áudio sejam também acompanhadas por mensagens textuais. A análise mostra, além disso, que textos podem se apresentar como “temas”, no caso do Facebook, e aparecer como “corrente de internet”, ou seja, com pedidos para que sejam repassados para muitas pessoas possível com a máxima urgência possível. Já fotografias e vídeos, por sua vez, foram montagens e adulterações de imagens. Em nenhum dos casos houve mimetização do formato visual ou auditivo do noticiário, com presença de URL que simule um artigo noticioso. O caso estudado também não evidenciou nenhuma *fake news* distribuída por um *site*.

Apenas três das 14 histórias citaram fonte para dar legitimidade ao relato ou autenticar o fato inventado. Nesse sentido, essas fontes foram usadas na forma de notícia de última hora, a exemplo da Record (“Acabou de dar na Record”) e da rádio Odisseia FM (“Acabou de dar agora na Odisseia FM 104.9”), e na forma de comunicado oficial: “TSE Informa”. Por fim, no âmbito do uso de jargões, foi identificado que cinco das 14 *fake news* buscaram usar ordem direta (sujeito + verbo + complementos) e o padrão textual da escrita noticiosa, a exemplo de: “PF prende uma van com 152 urnas eletrônicas”, “7,2 milhões de votos anulados pelas urnas!” e “(...) urnas eletrônicas do TRE são apreendidas agora a pouco em carro particular com destina a Autazes no Amazonas” (sic). Nenhum outro jargão típico do jornalismo, como o uso de manchetes e interjeições, por exemplo, foi localizado. Além disso, o estudo considera que todos as 14 histórias analisadas se apresentavam como relatos factuais, ou seja, ofereciam-se como narrativas íntegras sobre acontecimentos reais.

Teor político

³⁷ Por *card*, consideramos mensagens formatadas como banners para internet, ou seja, uma peça gráfica.

Treze atores estiveram no centro das *fake news* sobre fraude nas urnas. Fernando Haddad e Jair Bolsonaro foram envolvidos em quatro e cinco histórias, respectivamente. Em todos os casos, Haddad foi colocado no papel do criminoso que teria ou estaria orquestrando fraude nas urnas para vencer as eleições. O PT, que é citado em três histórias, também é representado no mesmo papel de articulador de fraudes eleitorais. Já Bolsonaro aparece como a vítima na iminência de perder as eleições por meio de fraude nas urnas eletrônicas.

Os demais atores centrais podem ser aqui mencionados em pequenos conjuntos. Houve o grupo das Forças Armadas, nomeadamente do Exército, Militares em geral e o General Villas Boas³⁸, com uma ocorrência cada, evocados como figuras de poder com capacidade de intervir anulando e convocando novas eleições. Houve também o grupo da Justiça Eleitoral, sendo mencionado por duas vezes o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), por uma vez a presidente do TSE, Rosa Weber, e por duas vezes o Tribunal Regional Eleitoral (TRE), ora na figura de suspeito de fraude nas urnas, ora na figura de poder, como instância que sabe de denúncias e que pode provar as adulterações.

No último grupo, estão personalidades públicas em geral, a maior parte políticos, todos com uma ocorrência, entre eles Michel Temer, Raul Jungmann, Delegado Francischini e Antônio Palocci, além da atriz Regina Duarte. Especificamente, Michel Temer e Raul Jungmann aparecem como figuras que já foram informados das fraudes nas urnas; Antônio Palocci é apresentado como denunciante que teria revelado o esquema do PT nas eleições de 2014; já o Delegado Francischini aparece na figura do salvador, aquele em que as pessoas podem contar para denunciar fraudes nas urnas. A atriz Regina Duarte, por sua vez, também aparece como denunciante de um suposto esquema de fraude. Como a análise se ateve a apenas um caso específico, a categoria temática é justamente fraude nas urnas eletrônicas. As *fake news* sobre fraude nas urnas, em geral, também tocavam em subtemas como o crime de “caixa dois”, intervenção militar, voto em papel e corrupção do PT. A análise do viés do conteúdo, baseada no corpus

³⁸ Comandante do Exército Brasileiro entre 2015 e 2019 e assessor do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República (GSI) do governo Bolsonaro.

textual e feita através do software Iramuteq, mostrou que “urna” (63), “voto” (36), “gente” (20) e “Haddad” (20) são as palavras com o maior número de ocorrências.

“Urnas” são, portanto, objeto central das histórias, aparecendo também na forma de “urna eletrônica”, sempre com a ideia de vulnerabilidade, falhas e fraudes: “urnas foram encomendadas para fraudar eleições”, “PT comprou e violou urnas eletrônicas”, “nossas urnas são sempre seguras...para o PT”, “aí está as provas das fraudes nas urnas”, entre outros. A palavra “Votos” é referida também no sentido da fraude ou como alerta: “121 estavam preenchidas como votos para Haddad”, “se houvesse voto impresso nada disso estaria acontecendo”, “exijo meu voto impresso”. A popularidade de “gente” é um recurso usado na tentativa de atrair a atenção das pessoas para as mensagens ou conversar de forma mais direta e informal com os eleitores: “Leiam, gente”, “Compartilhem, gente”, “gente, o negócio está feio mesmo” são alguns exemplos. Haddad, como percebido nos exemplos acima, é o sujeito que primeiro aparece nas histórias: “quando aperta 1 já aparece a foto do Haddad”, “esse é um ataque do Haddad e não ao Haddad”, “a cada 500 ou mil votos um voto era dado para a chapa do Haddad” são algumas dessas frases. “Bolsonaro” é mencionado 13 vezes de forma solidária: “é um golpe contra o Bolsonaro”, “a diferença de votos que levaria à vitória de Bolsonaro foi de menos de 2 milhões”, “o que fazemos é deixar partes dos códigos com erros propositais nas localidades onde Bolsonaro tem mais votos”, “só houve reclamação com o número 17, exatamente o número de Bolsonaro”. Em geral, os textos tinham o tom de denúncia ou prova da existência de fraude nas urnas, e apelaram de algum modo para a emoção como revolta. “Meu Deus, onde vamos parar com este país!”, “Gente pelo amor de deus espalhem isso!!” e “Está acontecendo diante dos nossos olhos” foram encontrados nas histórias.

4. Discussão dos resultados

Naturalmente, não se espera conclusões sobre *fake news* que se possam generalizar com confiança a partir de um estudo desta natureza. Não era este o propósito aqui. Trata-se, bem mais, de testar uma abordagem do fenômeno que

possa ajudar a dar corpo a algumas hipóteses mais gerais sobre como funcionou a dinâmica das histórias pretensamente factuais, mas efetivamente falsas, que todos reconhecemos que teve um papel decisivo na última eleição presidencial brasileira.

O estudo identificou que perfis pessoais, mais do que páginas, concentraram alto volume de compartilhamento no Facebook e no Twitter. Além disso, percebemos que a disseminação de uma história tende a ser maior quando se constitui um centro de propagação concentrado (por exemplo, um perfil específico) a que quase todos recorrem como fonte, do que quando esta história é difundida de maneira espreiada, por vários centros de propagação de baixo e médio impactos. Isso quer dizer que uma *fake news* pode alcançar visibilidade pública a partir de um principal centro de distribuição, independentemente de ser este um perfil muito influente ou com grande visibilidade em geral.

Também no que diz respeito à propagação, um dos objetivos foi entender até que ponto contas automatizadas são usadas para aumentar o alcance de *fake news* e outros tipos de desinformação, mesmo sabendo que robôs assimilam a cada dia padrões mais humanos de comportamento, um desafio fruto do avanço da inteligência artificial (CYBENKO; CYBENKO, 2018). A análise mostrou que a menor parte dos perfis no Facebook e Twitter demonstrou ser efetivamente de robôs.

Além disso, pelo menos no que tange a este ciclo de notícias analisado, é possível afirmar que histórias falsas atravessam diferentes plataformas, sendo Facebook e Whatsapp os principais meios de origem e circulação no Brasil. O Twitter, por sua vez, se converte em meio relevante principalmente quando a falsidade é noticiada por personalidades públicas, o que também se alinha ao fato de o meio ser fortemente usado por formadores de opinião. Na maior parte das vezes, o Twitter funciona mais para disseminação de *posts* automatizados com *links* para publicações do Facebook.

A formação de redes, nesse caso redes políticas, uma característica das redes sociais, também impacta a propagação das *fake news*. O estudo do caso “fraude nas urnas” mostrou que a maior parte das falsidades partiu de perfis e páginas que compartilham as mesmas ideias sociais, políticas e morais principalmente em apoio ao então candidato Jair Bolsonaro e em repulsa à imagem do ex-presidente Lula e

de bandeiras e nomes de esquerda. Esta observação reforça a impressão geral de que *fake news* são principalmente um fenômeno do movimento conservador de direita. Note-se, a este respeito, que as páginas e perfis que propagaram inverdades sobre fraude nas urnas alinhavam-se explicitamente na defesa do conservadorismo religioso, de modo que pastores de igrejas neopentecostais e páginas católicas, por exemplo, participaram da amostra. Além disso, esta observação serve para reafirmar a hipótese de que a disseminação de relatos políticos falsos tem a ver com os efeitos das chamadas câmaras de eco e bolhas ideológicas, típicos da vida digital, hipóteses que têm sido testadas, ainda sem consenso, em diversas pesquisas (BARBERÁ et al., 2015; SPOHR, 2017; GUESS et al, 2018; DUBOIS, BLANK, 2018).

Observou-se também que a mimetização do jornalismo importa relativamente para entender porque histórias falsas são validadas, consumidas e distribuídas. Nesse quesito, o estudo de caso mostrou que atribuir uma roupagem de notícia ou distribuir *links* com manchete caça-cliques ou inexistiram ou não foram o padrão. Assim, não necessariamente as *fake news* ganham a formatação tradicional de notícia digital (na forma de *link*, foto e manchete) para disfarçar a origem duvidosa, como se suspeitava. A maior parte das *fake news* se pareciam às formas mais comuns de publicações em redes digitais, seja na forma do textão seja nos formatos audiovisuais e de áudio. As histórias não usaram palavras vulgares e de baixo calão, como palavrões e desqualificações, como se esperava, e foram construídas com frases simples e direta, que também ajudam a consolidar a imagem de uma narração de fatos séria e dotada de credibilidade. Além disso, outras práticas comuns ao jornalismo, a exemplo de citação de fontes, manchetes ou jargões como “exclusivo” e “urgente”, foram usados, mas sem grande destaque.

Isso não quer dizer que outros casos obedeçam a esse mesmo padrão, mas pelo menos neste caso não corrobora a hipótese de que a mimetização jornalística seja o truque fundamental para que os consumidores de informação baixem a guarda para as *fake news*. Muitas vezes, esses conteúdos são amadores ou mal-arranjados, com erros de português, mas mesmo assim são defendidos e repassados como legítimos. Neste sentido, aparentemente a ideia de *news* parece

dispensável para designar o fenômeno das narrativas falsas pretensamente factuais, a não ser que a própria ideia de *news*, de notícia, tenha se desvinculado, na percepção pública, do jornalismo profissional e tenha passado a significar qualquer informação factual produzida por não importa qual fonte e distribuída *online*. O “eu li no WhatsApp” ou “recebi na internet” não parece, para uma parte considerável das pessoas, colocar a fonte da informação em um *ranking* de credibilidade decididamente inferior a “li no jornal X” ou “vi no noticiário Y”. Uma hipótese que mereceria um teste específico.

Percebe-se como igualmente importante a necessidade de considerar o teor político em sintonia com o próprio contexto político. A pesquisa em tela aponta que as temáticas e os atores envolvidos nessas histórias refletem conflitos latentes da política nacional. Antagonistas, o candidato do PT Fernando Haddad e o candidato do PSL Jair Bolsonaro foram abordados com sentidos de agente ativo e passivo da fraude nas urnas eletrônicas, respectivamente. Haddad e o PT como corruptos, capazes de articular crimes e fraudes, e Bolsonaro como vítima na qual qualquer derrota seria a prova da existência da fraude, o que se fortaleceu após a sua ida ao segundo turno. Tratou-se substancialmente de histórias voltadas para beneficiar a direita e prejudicar a esquerda.

Por fim, a amostra analisada aponta para a importância de não se isolar as *fake news* como principal problema da política democrática, para o qual é preciso desenvolver ações específicas de combate. Na verdade, as *fake news* devem ser entendidas como sintomas e como parte especial de um fenômeno, que começa com o ataque sistemático à credibilidade das instituições “credenciadas” para determinar o que é verdadeiro e que aconteceu de fato e termina com a admissão de uma epistemologia tribal de que verdade e falsidade são relativas aos interesses da nossa tribo. De que serve armar-se para enfrentar *fake news*, como se isso fosse possível, quando existe um colchão de boatos, fraudes informativas, desinformações, engodos e mentiras difundidos por cidadãos e personalidades públicas que conformam e embasam a distorção da realidade. Nesse caso específico, a possibilidade de as urnas eletrônicas serem fraudadas foi levantada como bandeira política da Jair Bolsonaro e replicada por seus apoiadores de chapa

e a sua base conservadora de direita antes e durante a campanha eleitoral, e cessou apenas quando as urnas o confirmaram como presidente eleito do Brasil.

Referências

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017.
- BARBERÁ, P. et al. **Tweeting From Left to Right -Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber?** *Psychological Science*, v. 26, n. 10, p. 1531–1542, 2015.
- BOUNEGRU, L.; GRAY, J.; VENTURINI, T.; MAURI, M. **A field to guide to fake news - A collection of recipes for those who love to cook with digital methods**. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://fakenews.publicdatalab.org>>.
- CYBENKO, A. K.; CYBENKO, G. **AI and Fake News**. *IEEE Intelligent Systems*, v. PP, n. c, p. 1–1, 2018.
- DUBOIS, E.; BLANK, G. **The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media**. *Information, Communication & Society*, v. 21, n. 5, p. 729–745, 4 maio 2018.
- DUFFY, B. **Brexit misperceptions**. London: [s.n.]. 2018. Disponível em: <<https://www.kcl.ac.uk/sspp/policy-institute/publications/Brexit-misperceptions.pdf>>.
- FERRARA, E. **Disinformation and Social Bot Operations In The Run Up To The 2017 French Presidential Election**. *First Monday*, v. 22, n. 8, p. 1–33, 2017.
- GRAGNANI, J. **“Exclusivo: Investigação revela como blog defendia Dilma com rede de fakes em 2010”**. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2018/03/09/exclusivo-investigacao-revela-como-blog-defendia-dilma-com-rede-de-fakes-em-2010.htm>>. Acesso em: 28 jan. 2019.
- GUESS, A.; LYONS, B.; NYHAN, B.; REIFLER, J. **Avoiding the Echo Chamber About Echo Chambers: Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think**. Miami: Knight Foundation, 2018. Disponível em: <https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/133/original/Topos_KF_White-Paper_Nyhan_V1.pdf>.
- GUESS, A.; NYHAN, B.; REIFLER, J. **Selective exposure to misinformation: evidence from the consumption of fake news during the 2016 U. S. presidential campaign**. *European Research Council*, n. 682758, p. 1–34, 2018.
- GUNTHER, R.; BECK, P.; NISBET, E. **Fake news may have contributed to Trump’s 2016 victory**. 2018. Disponível em: <https://www.documentcloud.org/documents/4429952-Fake-News-May-Have-Contributed-to-Trump-s-2016.html>.
- HENDRICKS, V. F.; VESTERGAARD, M. **Fact Resistance, Populism, and Conspiracy Theories**. In: *Reality Lost*. Cham: Springer International Publishing, 2019. p. 79–101.
- MELLO, P. C. **“Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp”**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>.
- SPOHR, D. **Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media**. *Business Information Review*, v. 34, n. 3, p. 150–160, 2017.