
Nós Contra Eles: A Utilização de *Fake News* Como Ameaça a Democracia¹

Carolina Toscano MAIA²
Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

Resumo

Vivenciamos uma realidade em que o fluxo de informações fragmentadas e fora do contexto, exacerbado pela circulação de *fake news*, desafia as nossas crenças e consciência. A polarização política atual, o menosprezo aos clamores das minorias e a perseguição à diversidade, impõe um nós, contra eles. Neste artigo refletimos sobre o potencial comunicativo das mídias sociais e sua apropriação para implementação de planos de poder, ameaçadores da democracia. O excesso de vozes resultou em um panorama frequentemente marcado pela desinformação, desconfiança e intolerância. Fundamentam a nossa discussão autores como: Charaudeau (2006) tratando sobre mídia e efeitos de verdade; Dijk (2005) abordando discurso e ideologia; Jenkins (2014) contemplando a cultura da conexão e a mídia propagável.

Palavras-chave: comunicação digital; *fake news*; democracia.

Introdução

A comunicação estabelecida no âmbito digital parece, cada vez mais, ser baseada em compartilhamentos de ideias entre nossos semelhantes. A validação de um conteúdo pode se dar muito mais por questões como afinidade ou crença, do que por evidências, especialmente no cenário político. Essa característica teria fundamental influência na composição de engajamentos para a propagação de opiniões nas mídias sociais; estas são ainda reforçadas por opções como curtir e compartilhar, promovidas pelas próprias plataformas.

O olhar para o poder comunicativo dessas mídias e sua utilização para uma possível representação tendenciosa da realidade, diante da constante propagação de *fake news*, onde, de forma consciente ou não, selecionamos o que queremos ler e compartilhar, para reforçar as nossas convicções e desqualificar o outro, que pensa

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Estudos da Mídia do PPGEM-UFRN, e-mail: caroltmaia@gmail.com.

diferente, nos chama a atenção para a problematização desse potencial e da apropriação que fazemos da tecnologia. A apropriação de conteúdos, segundo LEMOS (2001), tem sempre uma dimensão técnica, como a habilidade na utilização da ferramenta e dispositivos, e outra simbólica, subjetiva. É, ao mesmo tempo forma de utilização, aprendizagem e domínio técnico, mas também forma de desvio ao que estava programado.

O consumo não é apenas reprodução de forças, mas também produção de sentidos: lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos, pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais. (BARBERO, 1997, p. 290)

O alcance e visibilidade proporcionados pelas mídias digitais, onde cada vez mais pessoas se informam por elas sobre o que se passa no mundo, motivam a discussão sobre como se dá a diferenciação entre fatos e opiniões, além da produção de sentidos e composição de imaginários, difundidos nas redes.

Fake News

A expressão *fake news* invadiu os noticiários de todo o mundo no ano de 2016, em razão da polêmica interferência dos russos na eleição presidencial americana, indicados, pelo Congresso Americano, como os principais responsáveis pela criação e circulação dessas notícias nas plataformas Google, Facebook e Twitter, para prejudicar a imagem de Hillary Clinton, que perdeu a eleição para o atual presidente americano, Donald Trump. Desde então, podemos elencar várias referências às notícias falsas em todo o mundo, mas é preciso estabelecer uma diferenciação entre mentiras, que sempre existiram na história da humanidade, com o fenômeno das *fake news*. E, antes mesmo de buscar definições para elas, precisamos partir de algum conceito de verdade, naturalmente, para se considerar algo falso, é preciso considerar no que se difere do verdadeiro. Apesar da dificuldade para se obter uma definição para o termo, afinal, filosoficamente, a verdade pode ser uma questão de interpretação, ainda assim, superando um possível relativismo sem fim, Alsina (2005), sugere que a noção de verdade não está implícita no conceito de notícia, sendo a verdade uma questão de fé ou ideologia. “A veracidade da notícia é um tema absolutamente questionável”, (ALSINA,

2005, p. 296), mas “(...) reconhecer o valor não absoluto da verdade não significa ter de abandonar a responsabilidade por sua busca” (SANTAELLA, 1992, p. 156).

Em perspectiva semelhante, como ressalta Castilho (2016), há que se constatar que, atualmente, as sensações parecem prevalecer diante da evidência e diferenças entre verdade e mentira já não são uma prioridade, ainda mais numa sociedade midiaticizada. É como se estivéssemos superando uma dicotomia tradicional, entre fatos ou versões, verdade ou mentira, certo ou errado, justo ou injusto, para ingressarmos numa era de avaliações fluidas, nos baseando mais em afetações, do que em dados. Sobre a sociedade midiaticizada:

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a ‘cultura da mídia’. (NETO, 2008, p. 92).

Diante desse contexto, como definir, então, as *fake news*? O dicionário Cambridge (2018), por exemplo, as classificam como “histórias falsas que parecem ser notícias, se espalham na internet ou em outras mídias, geralmente criadas para influenciar pontos de vista políticos ou como uma piada: há preocupação com o poder das notícias falsas para afetar os resultados eleitorais”. Para (JORGE, 2017, p.57), “as chamadas *fake news* podem ser enquadradas como um fenômeno da mutação incidindo sobre as notícias, embora não sejam notícias em seu sentido estrito, mas se disfarçam como tal para enganar o público”.

Em nosso cotidiano, estamos cercados por conteúdos que nos desafiam a criar parâmetros de confiabilidade, para fazer a distinção entre o que é tendencioso, verdadeiro ou mentiroso. Há que se considerar também o efeito de verdade, “(...) diferentemente do valor de verdade, que se baseia na evidência, o efeito de verdade baseia-se na convicção, e participa de um movimento que se prende a um saber de opinião, a qual só pode ser apreendida empiricamente, através dos textos portadores de julgamentos” (CHARAUDEAU, 2006, p. 49).

No que se refere às *fake news*, este pensamento reforça, ainda mais, a nossa percepção sobre a grande influência que a circulação desse conteúdo pode desempenhar na interpretação da realidade e na forma como as pessoas pensam as notícias.

As representações nascem nessa relação entre os saberes de conhecimento e dos saberes de crenças, pois elas constroem uma organização do real através de imagens mentais transpostas em discurso que são dadas como se fossem o próprio real. Em resumo, as representações apontam para um desejo social, produzem normas e revelam sistemas de valores. (CHARAUDEAU, 2006, p. 47).

Mais que mentiras e indissociáveis dos dispositivos, as *fake news* marcam um fenômeno de manipulação da informação que circula numa rede mundial, impulsionada por milhares de usuários, com um alcance e visibilidade nunca antes vistos, podendo ser utilizada como instrumento, por pessoas ou organizações, para se atingir os mais variados e preocupantes fins.

Propagação nas Mídias Sociais

As mídias sociais podem ser apontadas como o principal cenário para propagação de *fake news*, podendo-se questionar o porquê dessas notícias serem amplamente divulgadas. Seria pela possibilidade do ganho financeiro? Já que plataformas podem adotar estratégias para obter lucros através de anúncios em páginas que rendem cliques em notícias falsas. Seria pela lógica dos algoritmos e filtro bolha³? Reforçando nossos padrões de busca e limitando o acesso a diferentes perspectivas de um mesmo assunto? Ou estariam elas, ainda, sendo utilizadas como instrumento facilitador para implementação de planos de poder?

Um conteúdo parece ser propagável nas mídias sociais quando é relevante para o usuário e seus seguidores, implicando num potencial engajamento de sociabilidade. “As pessoas querem compartilhar os textos de mídia que se tornam um recurso significativo em suas conversas contínuas ou que ofereçam a elas alguma nova fonte prazer e interesse” (JENKINS et al., 2014, p.279).

Mas, além da participação determinante dos usuários das mídias sociais no compartilhamento de mensagens, algo mais influenciaria a propagação desenfreada de conteúdos tendenciosos? Em matéria publicada no Jornal a Folha de São Paulo⁴, em

³ De acordo com Pariser (2011), o “filtro bolha” é um conceito utilizado para denominar a ação dos algoritmos como filtros no ambiente virtual, que atuam como motores de previsão que influenciam e direcionam o acesso de conteúdo baseado no perfil e hábitos de consumo do usuário dando a sensação de eficiência na busca de ideias e informações, mas restringindo a maneira com a qual é realizada a pesquisa, ou mesmo, a definição de conteúdo. Esse mecanismo é muito utilizado, por exemplo, por buscadores como Google ou mídias sociais como o Facebook.

⁴ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/06/empresas-contrataram-disparos-pro-bolsonaro-no-whatsapp-diz-espanhol.shtml>> Acesso em 26 jun. de 2019.

junho de 2019, afirma-se que durante a campanha eleitoral de 2018, empresas brasileiras contrataram uma agência de marketing na Espanha para fazer, pelo WhatsApp, disparos em massa de mensagens políticas a favor do então candidato a presidente, Jair Bolsonaro.

A informação, que aparece em gravações obtidas pela Folha, é do espanhol Luis Novoa, dono da Enviawhatsapps. Reitera-se que o WhatsApp confirmou à Folha que cortou linhas da empresa: "Não comentamos especificamente sobre contas que foram banidas, mas enviamos uma notificação judicial para a empresa Enviawhatsapps".

O portal de notícias Terra, divulgou em maio deste ano, uma matéria que tratava de pesquisa desenvolvida pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) ⁵ sobre a utilização do aplicativo WhatsApp para impulsionar atos pró-Bolsonaro. Viu-se que em defesa de Jair Bolsonaro, apoiadores impulsionaram em grupos públicos do WhatsApp, imagens que descrevem o presidente como um "ser messiânico" capaz de governar contra tudo e todos. O monitoramento foi feito pelo jornal O Estado de São Paulo, com base no WhatsApp Monitor, desenvolvido por pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A ferramenta é capaz de mostrar o que foi mais compartilhado em grupos públicos, que podem ser acessados sem convite, através de um link. "O WhatsApp foi onde os esforços foram mais coordenados. Apareceu tanta coisa de uma vez que parecia realmente um esforço coordenado", disse o pesquisador Pablo Ortellado, do curso de Gestão de Políticas Públicas da USP, ao jornal.

Outra reportagem, divulgada também em maio deste ano, no portal de notícias UOL ⁶, destaca que diante do crescimento das redes sociais como forma de trabalho, estão sendo geradas, cada vez mais, ferramentas de controle de seguidores, surgindo o Fake Followers Audit, por exemplo, capaz de rastrear quantos deles são perfis falsos, inativos ou robôs nas mídias sociais. Com o uso cada vez mais político da plataforma Twitter, a exemplo do presidente Jair Bolsonaro, que costuma divulgar ações prioritariamente por esta rede social, o serviço passou a ser cada vez mais adotado. Informa-se na matéria que, para o cálculo, eles escolhem, aleatoriamente, uma amostra

⁵ Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,whatsapp-vira-arma-para-impulsionar-adesao-ato,70002843895>> Acesso em 26 jun. de 2019.

⁶ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/05/11/fake-followers-audit-aplicativo-mostra-a-porcentagem-de-perfis-fake.htm>> Acesso em 26 jun. de 2019.

de dois mil seguidores da página a ser analisada. A partir disso, conseguem descobrir a porcentagem de usuários ativos com base na movimentação dessas contas.

De acordo com a pesquisa realizada por esse aplicativo, não deve ser calculada a influência de determinado usuário apenas com base nos seus seguidores. Isso porque, a maioria dos perfis conta com até 30% de fantasmas. "Lembrando que o resultado não é 100% garantido, e sim uma estimativa de uma amostra de seguidores", afirmou Rand Fishkin, CEO da startup norte-americana, ao UOL Tecnologia. Pensando nisso, internautas decidiram fazer uma análise da conta do Twitter do presidente Jair Bolsonaro, cujo número de seguidores já ultrapassa a casa dos quatro milhões. Os resultados mostraram que 60.9% de seus seguidores, correspondem a contas inativas, equivalente a 2.516.985 milhões de perfis. "Há diversos sites na Internet que vendem serviços com o intuito de gerar curtidas, ou até mesmo para aumentar o número de seguidores de um determinado perfil", ressaltou Randon.

Bolsonaro vetou, no início de junho deste ano, a aplicação de pena mais dura a quem divulga *fake news* em eleições. De acordo com o texto da lei⁷, que atualiza o Código Eleitoral, quem gerar qualquer tipo de investigação ou processo judicial contra alguém que sabe ser inocente pode ser condenado a pena que varia de 2 a 8 anos de reclusão. Caso o autor da calúnia use nome falso ou seja anônimo, a pena pode ser aumentada. Já o trecho vetado pelo presidente defendia que "incorrerá nas mesmas penas deste artigo quem, comprovadamente ciente da inocência do denunciado e com finalidade eleitoral, divulga, por qualquer meio ou forma, o ato ou fato que lhe foi falsamente atribuído". A decisão, de acordo com Bolsonaro, amplamente divulgada nos noticiários brasileiros, teria sido em função de uma contrariedade ao interesse público.

Seria uma forma de legislar em causa própria?

Nós Contra Eles

É preciso considerar as instâncias de produção e recepção de conteúdos existentes na lógica da comunicação digital. Charaudeau (2006) resalta que a instância de produção contribui para fabricar uma enunciação aparentemente unitária e

⁷ Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-veta-pena-mais-dura-a-quem-divulga-fake-news-em-eleicoes/>> Acessado em 29 de jun. 2019.

homogênea, cuja intencionalidade corresponde a um projeto comum que representa a ideologia do organismo de informação.

Quanto à recepção, destaca-se também que “a audiência é composta de muitos indivíduos, cada um dos quais interpreta informações de acordo com seu próprio status sociocultural, posições políticas e experiências pessoais” (WARDLE, 2017, p. 27).

Compreendendo a ideologia como consciência de um grupo Van Dijk (2008), em que há predominância de consenso e formas hegemônicas, a ideologia proporciona coerência às atitudes sociais, que, por sua vez, codeterminam as práticas sociais.

Refletir sobre quem controla os meios de comunicação ou as instituições da (re)produção ideológica, parece ser determinante diante da centralidade midiática estruturante em nossa sociedade. “A maior parte do nosso conhecimento social e político e das nossas crenças sobre o mundo deriva das dúzias de relatos noticiosos que lemos ou vemos todos os dias” (DIJK, 2005, p. 63). Destaca-se também:

Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo da nossa cultura. Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e o serão ainda mais com o passar do tempo. (CASTELLS, 1999, p.414)

Diante dessa influência, a produção da informação que circula nas mídias consideradas tradicionais, assim como nas chamadas alternativas, se inscreve no desafio de credibilidade, porque baseiam sua legitimidade no fazer crer que o que é dito é verdadeiro Charaudeau (2006). Assim, engajam-se num jogo de verdade que consiste em responder aos diferentes imaginários sociais que as questionam.

As *fake news* podem ser utilizadas com o objetivo de desqualificar o outro, confundindo pessoas e deslegitimando causas. Como Lins e Silva *apud* Jorge (2017, p.59) lembram: há intencionalidade carregada nas *fake news*. “A notícia falsa pode ser uma notícia incorreta, mal apurada, mal escrita. Estamos falando aqui é de notícia fraudulenta, intencionalmente produzida com o objetivo de obter algum determinado fim, político ou não” (LINS E SILVA *apud* JORGE, 2017, p. 59).

A mentira na política, quando conveniente ao detentor do poder e, conseqüentemente, aos seus apoiadores, seria mais tolerada? Pode-se constatar, segundo Vattimo (2016), que a verdade dos fatos seja uma questão de interpretação condicionada pela partilha social de um paradigma não objetivo. “O que podemos chamar de

condições epistemológicas do diálogo social e intercultural é exatamente essa verdade de horizonte que a política tem a tarefa de captar e buscar explicitar e construir”. (VATTIMO, 2016, p. 14).

Não obstante, vivenciamos uma realidade em que o fluxo de informações fragmentadas e fora do contexto, desafia as nossas crenças e consciência, subverte lutas e desqualifica o diferente. Estamos diante de uma gestão política que distribui discursos em mídias sociais afirmando querer combater ideologia de gênero e se livrar de amarras ideológicas. Há exemplos, circulando nas mídias, em que se afirma existir mais de 70 tipos de identidade de gênero ensinados em sala de aula para crianças⁸. Já foi dito que o Brasil é o país que mais preserva o meio ambiente.⁹ Que a violência aumentou no país como resultado da política de desarmamento¹⁰, que as Forças Armadas sempre estiveram ao lado da democracia e da liberdade¹¹ e que o massacre de Suzano teria sido evitado se professores tivessem armas¹². Se invalida a luta feminista apontando que feminismo é sobre mulheres feias que odeiam os homens¹³. E ainda, que a maioria dos imigrantes não tem boas intenções.¹⁴ A intolerância ao outro e a sua singularidade, o menosprezo aos clamores das minorias e a perseguição à diversidade, impõe um nós, contra eles.

‘Se você pode ser feminista, eu posso ser machista; se você pode defender a causa dos negros, eu defenderei a branquitude; se pode haver passeata LGBT, por que não uma dedicada ao orgulho hétero?’. O que se ignora nesse procedimento de equivalência é justamente que a causa feminista ou antirracista visa incluir pessoas que estão de fato ou de direito excluídas da democracia, ao passo que os argumentos reversos defendem uma democracia exclusiva. (DUNKER, 2019, p. 17)

⁸ Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/desvendamos-noticias-falsas-de-damares-alves-contrai-ideologia-de-genero/>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

⁹ Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/01/somos-o-pais-que-mais-preserva-o-meio-ambiente-disse-bolsonaro-em-davos.html>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

¹⁰ Disponível em: <<https://epoca.globo.com/desarmamento-nao-causou-explosao-de-mortes-como-defendeu-bolsonaro-23652273>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

¹¹ Disponível em: <<https://www.valor.com.br/politica/6215677/o-exercito-sempre-esteve-do-lado-do-povo-diz-bolsonaro>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

¹² Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/major-olimpio-diz-que-tragedia-em-suzano-seria-evitada-se-professores-estivessem-armados.shtml>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

¹³ Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/vida-real/para-damares-alves-feminismo-e-sobre-mulheres-feias-que-odeiam-os-homens/>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

¹⁴ Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/a-emissora-norte-americana-bolsonaro-diz-que-maioria-dos-imigrantes-nao-tem-boas-intencoes/>> Acessado em 30 de jun. de 2019.

Quanto mais idealização houver da mítica parental familiar, maior a necessidade de destinar o ódio para grupos e comunidades não semelhantes à nossa família ou aos valores de nossa comunidade. Dunker (2019, p. 20).

Historicamente, por ideais extremistas e conservadores, típicos de gestões políticas autoritárias, se considera o diverso, um mal, que precisa ser extinto. Com o advento da tecnologia, surgem diferentes instrumentos que facilitam a implementação e perpetuação do poder, entre eles, as *fake news*.

Ameaça à Democracia

É possível estabelecer uma analogia entre o discurso que se baseia apenas em estratégias de retórica, concentrado mais no convencimento, do que na evidência, com a desinformação em consequência da utilização das *fake news*. Em tempos de crise entre o que é a verdade e a mentira, o desejo de manter o engano, em nome de uma verdade, pode perpetuar poderes e ameaçar a democracia.

O adeus à verdade é o início, e a própria base, da democracia. A verdade como algo absoluto, como correspondência objetiva, entendida como última instância e valor de base, é um perigo, muito mais que um valor. Leva à república dos filósofos, dos especialistas, dos técnicos e, no limite, ao estado ético, que pretende poder decidir qual seja o verdadeiro bem dos cidadãos, mesmo contra a opinião e as preferências deles. Lá onde a política busca a verdade, não pode haver democracia. (VATTIMO, 2016, p. 26)

A revista britânica *The Economist* divulgou, em janeiro de 2019, um Índice de Democracia¹⁵ em que identifica o Brasil ocupando o 50º lugar entre os 167 países avaliados no ano de 2018. De acordo com a publicação, através da consultoria *Economist Intelligence Unit*, o Brasil ainda possui uma democracia imperfeita.

Na matéria, vê-se que a primeira posição no Índice de Democracia é ocupada pela Noruega, com pontuação de 9,87, de um máximo de 10 e a última colocação é da Coreia do Norte, com 1,08. A pontuação do Brasil é 6,97. Em 2017, era 6,86, e o país estava na posição 51. Desde 2014, a pontuação do país está em queda, com leve alta na atual edição. Na América Latina, apenas o Uruguai e a Costa Rica são considerados

¹⁵ Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/o-que-o-indice-the-economist-de-democracia-diz-sobre-o-brasil-7ixps88wcda16xk0rtxo6h2ew/>> Acesso em 26 jun. de 2019.

democracias plenas. Nicarágua, Venezuela e Cuba são regimes autoritários, segundo a classificação. O que esperar da avaliação sobre a democracia brasileira em 2019?

A história da democracia demonstra que é preciso incluir cada vez mais e não excluir. Dunker (2019) alerta que existem três condições negativas de risco para a democracia: a perda da liberdade da palavra, a restrição do outro como sujeito e a regressão da razão.

Esse pensamento condensa as constantes ameaças com as quais temos convivido na contemporaneidade e o uso das *fake news*, as potencializam. A forte polarização ideológica presente em nossa sociedade, refletida também no cenário midiático, impõe ao outro a liberdade da palavra limitada ao espaço que é ocupado por seus semelhantes, a exemplo do que se passa nas manifestações favoráveis a diferentes segmentos políticos. O ataque a quem pensa diferente, baseado na desqualificação, necessariamente, restringe o outro como sujeito. Esse aspecto pode ser identificado quando se considera estudantes se manifestando a favor da educação, como idiotas úteis e massa de manobra.¹⁶

Em um ambiente de desinformação, em que produtores de conteúdos seguem disputando lugares de verdade na sociedade, a desconfiança fragiliza personalidades e instituições, os sujeitos, mesmo diante de evidências, não se convencem e então, tem-se a regressão da razão.

Se por um lado, o grande fluxo de informação presente nas redes, nos dava a impressão da democratização do saber, viu-se, por outro, que o excesso de vozes, resultou em um panorama frequentemente marcado pela desinformação, desconfiança e intolerância. A disseminação de notícias falsas representa um risco à democracia, não apenas em campanhas eleitorais, prejudicando a imagem de candidatos concorrentes e confundindo eleitores, mas também durante governos, já marcados pela histórica divisão entre situação e oposição, que passam a conviver com uma enxurrada de informação direcionada a reafirmação de crenças, supervalorização de medidas implementadas e subjugamento da atuação do que lhe parece ser o outro, a oposição.

¹⁶ Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2019/05/15/bolsonaro-chama-manifestantes-de-idiotas-uteis-e-massa-de-manobra-e-recebe-criticas.ghtml>> Acessado em 30 jun. de 2019.

Considerações Finais

Ao pensarmos sobre a presença das mídias sociais em nosso cotidiano, certamente poderíamos apontar diversos aspectos positivos, principalmente por serem capazes de otimizar a comunicação e facilitarem a interação social. A constante disponibilização de ferramentas que permitem criar, editar e publicar diversos conteúdos disponíveis a qualquer pessoa conectada a internet, possibilitou que através da apropriação da tecnologia, assim como de seus conteúdos, o usuário produzisse sentidos, fazendo-os circular, como consequência disso, viu-se que essa configuração impulsionou, também, a criação de *fake news*. Em tempos fluídos, característicos da contemporaneidade, nos questionamos sobre as implicações dos processos produtivos, especialmente no caso do Jornalismo, que precisa concorrer com a velocidade de um clique e o tempo de apuração de uma informação. Pensar sobre a duração de um produto midiático, no atual contexto de obsessão pela novidade, além de sua manipulação, podendo ser utilizado para os mais imprevisíveis fins, implica em considerar, também, a temporalidade da verdade do conteúdo que circula nos dispositivos, pois esta, influencia a compreensão da realidade.

Segundo a mitologia, “ciclope significa gigante com um só olho na testa, cabendo como sinônimo desse tempo atual, onde não conseguimos compartilhar e filtrar ao mesmo tempo. Estamos com um olho só, às vezes, presos a sedução do participar, do ser visto, que o tempo do compartilhamento incessante gera, sem se preocupar com a veracidade do que se está compartilhando” (FERRARI, 2017, p.9). Os ideais de verdade que circulam no ambiente de desinformação, impulsionado pela circulação das *fake news*, revelam que o discurso e sua compreensão são determinados por uma série de fatores, mas principalmente por sua relevância quanto ao reforço a crenças e ideologias. As *fake news* podem ter grande impacto social, cultural e político. É possível identificar um campo de tensões, polarizações e ódio, tensionamentos produzidos para além do cenário midiático. A utilização desse tipo de conteúdo para manipular situações, confundir e ofender pessoas, limitando-as a bolhas de convicções, reforçadas pela falsa eficácia dos resultados, gerados por algoritmos, transforma os usuários em cidadãos mal informados e descrentes, incapazes de exercer a sua cidadania na democracia. O discurso de ódio naturalizado nas mídias sociais, demonstra um estado de banalidade do mal moderno. O democrático nunca foi tão odiado.

Referências

ALSINA, M. R. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 2005.

AOS FATOS. Desvendamos notícias falsas de Damares Alves contra ideologia de gênero, 19 dez. 2018. Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/desvendamos-noticias-falsas-de-damares-alves-contr-a-ideologia-de-genero/>> Acessado em: 30 jun. 2019

BARBERO, J. M. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

CAMBRIDGE English Dictionary. *Fake news*. Cambridge: Cambridge University Press. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fake-news>> Acesso em: 5 jul. 2018.

CAPRICHIO, Abril. Vida Real, 15 jan. 2019. Disponível em: <<https://capricho.abril.com.br/vida-real/para-damares-alves-feminismo-e-sobre-mulheres-feias-que-odeiam-os-homens/>> Acessado em: 30 de jun. 2019.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTILHO, C. **Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade**. Observatório da Imprensa. São Paulo, ed. 921, 28 set. 2016. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/>> Acesso em: 30 de jun. 2018.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DIJK, T. A. V. **Discurso, notícia e ideologia: Estudos na análise crítica do discurso**. Porto: Campo das Letras, 2005.

DUNKER, C. **Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. Campanha das letras. 2019.

EPÓCA, Negócios, 25 jan. 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/01/somos-o-pais-que-mais-preserva-o-meio-ambiente-disse-bolsonaro-em-davos.html>> Acessado em: 30 de jun. 2019.

ESTADÃO, Política. WhatsApp vira arma para impulsionar adesão a ato pró-Bolsonaro, 25 mai. 2019.

Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,whatsapp-vira-arma-para-impulsionar-adesao-a-ato,70002843895>> Acessado em: 26 jun. 2019.

FERRARI, P. **Fake news, pós-verdade e o consumo de informações.** XXVI Encontro Anual da Compós. São Paulo, 06 a 09 de jun. de 2017.

FOLHA, Uol. Cotidiano, 13. Mar. 2019. Disponível em:
<<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/major-olimpio-diz-que-tragedia-em-suzano-seria-evitada-se-professores-estivessem-armados.shtml>> Acessado em: 30 de jun. 2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. Poder, 18 jun. 2019. Disponível em:
<<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/06/empresas-contrataram-disparos-pro-bolsonaro-no-whatsapp-diz-espanhol.shtml>> Acessado em: 26 jun. 2019.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão. Criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Tradução: Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

JORGE, T. M. **Notícia e Fake News: uma reflexão sobre dois aspectos do mesmo fenômeno da mutação, aplicada ao jornalismo contemporâneo.** ÂNCORA-Revista Latino-americana de Jornalismo, v. 4, n. 2, 2017.

LEMOS, A. **Apropriação, desvio e despesa na cibercultura,** 2001. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3119>>. Acesso em: 28 de set. de 2018.

NETO, A. F.; GOMES, P. G.; BRAGA, J. L.; FERREIRA, J. **Midiatização e Processo Sociais na América Latina.** São Paulo: Paulus, 2008.

PARISER, E. **The filter bubble: what the internet is hiding from you.** Nova Iorque: The Penguin Press, 2011.

SANTAELLA, L. **Cultura das mídias.** São Paulo: Experimento, 1992.

THE ECONOMIST. Índice de Democracia, 14. Jan. 2019. Disponível em:
<<https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/o-que-o-indice-the-economist-de-democracia-diz-sobre-o-brasil-7ixps88wcda16xk0rtxo6h2ew/>> Acessado em: 26 jun. 2019.

UOL. Congresso em Foco, 19 mar. 2019. Disponível em:
<<https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/a-emissora-norte-americana-bolsonaro-diz-que-maioria-dos-imigrantes-nao-tem-boas-intencoes/>> Acessado em: 30 de jun. 2019.

UOL, Tecnologia. A maioria dos seguidores de Bolsonaro é fake? Entenda, 08 abr. 2019. Disponível em:
<<https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/redacao/2019/05/11/fake-followers-audit-aplicativo-mostra-a-porcentagem-de-perfis-fake.htm>> Acessado em: 26 jun. 2019.

VALOR, Econômico. Política, 17 abr. 2019. Disponível em:<<https://www.valor.com.br/politica/6215677/o-exercito-sempre-esteve-do-lado-do-povo-diz-bolsonaro>> Acessado em: 30 de jun. 2019.

VATTIMO. G. **Adeus à verdade**; tradução de João Batista Kreuch. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

WARDLE, C. **INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Strasbourg: Council of Europe. 2017.