

“Caso Lázaro”: A Violência Como Lógica Central Da Desinformação¹

Thiago Cury LUIZ²
Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar os vetores da desinformação que envolveu a fuga e a morte de Lázaro Barbosa de Sousa. A pesquisa faz uso da análise de conteúdo como metodologia, situando, por meio de categorias, os antagonismos de natureza ideológico-partidária. Para tanto, lançamos mão das agências de checagem de fatos Lupa e Aos Fatos, que contribuem com oito aferições ao *corpus* da pesquisa. Dentre os resultados, identificamos a inserção de personalidades políticas e instituições, como o Grupo Globo, nas narrativas falsas sobre o “caso Lázaro”. Concluimos que as peças de desinformação deslocam o eixo da abordagem no sentido de aflorar antagonismos próprios dos embates ideológicos e partidários, na medida em que até mesmo uma ocorrência fora do escopo partidário potencializa os confrontos do mundo da política.

Palavras-chave: Violência; Desinformação; Caso Lázaro.

Introdução

As relações humanas, inclusive no campo da política, sempre foram marcadas pela presença da mentira ou pelo compartilhamento de informações distorcidas ou fora de contexto, cujo objetivo era enganar alguém, tendo em vista um possível benefício a surgir do ato de iludir outra pessoa.

Não por outro motivo, a história do pensamento reúne trabalhos em que a preocupação central se ocupava da dicotomia “verdadeiro x falso”. A “alegoria da caverna”, um dos textos canônicos de Platão, reflete sobre as linhas fronteiriças entre realidade e ilusão (PLATÃO, 2007). O Novo Testamento bíblico, obra que balizou a era medieval, faz ponderações sobre o valor da verdade, como no Livro de João (BÍBLIAON, 2021). Kant (2011), já na idade moderna, desnudou o “não mentir” como um dos imperativos categóricos.

Todavia, com a emergência de um aparato comunicacional composto por internet, dispositivos móveis, redes sociais e aplicativos de mensagens, o fluxo informacional não apenas se avolumou, como também inaugurou novos vértices no tecido comunicativo. Se

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGCOM/UFMT), e-mail: thcl Luiz@gmail.com.

até meados dos anos 90 de século XX, a produção, emissão e compartilhamento de conteúdos dependiam de poucos grupos que concentravam a mídia de massa, agora cada indivíduo é um meio de comunicação em potencial, rompendo o monopólio da produção e emissão de mensagens.

Com isso, a circulação de informações distorcidas ou falsas, assim como a de narrativas verdadeiras, aumentou consideravelmente, imprimindo papel decisivo ao debate público sobre questões de elevada relevância social. Enquanto na Antiguidade os cidadãos gregos deliberavam sobre o contexto da pólis na ágora (CHAUÍ, 1997) e na modernidade a esfera pública (JABERMAS, 2014) foi permeada pela mediação dos jornais, as plataformas digitais ditam as apreciações que o público faz acerca dos acontecimentos.

Sendo de caráter apelativo, os casos de violência ganham repercussão tanto na imprensa hegemônica, como nas discussões em redes sociais e aplicativos de mensagens. Por gerar posições divergentes e opiniões distantes do fato consumado, a inexatidão das narrativas, dados desconstruídos e informações falsas acabaram por irrigar o debate sobre a fuga e o assassinato de Lázaro Barbosa de Sousa, em junho de 2021.

Acusado de cometer uma chacina no Distrito Federal, Lázaro ficou foragido da polícia por cerca de 20 dias, até ser morto em 28 de junho, em Goiás, com 39 tiros (G1 GO, 2021). O caso mobilizou a polícia, o jornalismo e a opinião pública nas redes sociais, e o resultado disso pôde ser visto nas plataformas de checagens de fato, que apreciaram as informações a respeito do assunto.

Dessa forma, o objetivo deste trabalho é identificar os focos de desinformação das narrativas apreciadas por duas agências de *fact-checking* – Aos Fatos e Lupa – sobre o caso Lázaro, identificando as nuances de politização que este evento policial foi capaz de levantar. Para tanto, a metodologia utilizada será a análise de conteúdo, tendo como *corpus* da pesquisa oito aferições das agências Lupa e Aos Fatos, publicadas entre 21 de junho e 1º de julho de 2021.

O problema que mobiliza este estudo é: o viés partidário-ideológico se manifesta nas peças desinformativas checadas pelas agências Lupa e Aos Fatos? A hipótese central do nosso trabalho é que as informações fraudulentas transgridem o teor policial do caso, imputando a ele um caráter ideológico-partidário.

Desinformação e pós-verdade: os antagonismos na ordem do dia

Em 2016, o Dicionário de Oxford elegeu “pós-verdade” a palavra do ano. O termo diz respeito às circunstâncias em que as pessoas seguem crenças e emoções em vez de fatos para formular um posicionamento (OXFORD LEARNER’S DICTIONARIES, 2021). Neste caso, o apego pelo “viés de confirmação” (PINTO; ZANETT, 2020) interdita a dialética, estabelecendo-se uma dicotomia entre mundo real e mundo desejado, em que se privilegia o segundo.

Se a mentira tem combinações inúmeras frente à linha tênue que constitui a verdade, conforme Arendt (1967), a conjuntura em que emerge a pós-verdade (DUNKEL, 2017) não dissocia inteiramente as narrativas daquilo que é verdadeiro. Elas carregam consigo percepções e elementos que são procedentes em um enredo que, na totalidade, é falacioso. Trazendo ao ambiente das redes sociais, “a verdade não é definida pela correspondência ao factual, mas pelo cômputo de visualizações, curtidas, comentários e compartilhamentos” (CASTRO, 2020, p. 12).

Esse contexto de pós-verdade, que perpassa a existência de cada indivíduo e, conseqüentemente, acaba por orientar as relações sociais, seja na concretude da vida, seja na ambiência virtual, cria as condições, na esfera da recepção, para o exercício do fenômeno da desinformação. Com a emergência do indivíduo à condição de produtor e propagador de informação, ele substitui ou atua em paralelo ao jornalismo, extraíndo a mediação do debate (CASTRO, 2020).

Além disso, o modelo de negócio das plataformas, em especial das redes sociais, como Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, contribui para que a desinformação tome lastro mais alargado. Os algoritmos, códigos computacionais que orquestram o funcionamento das redes, mobilizam os usuários dentro de “bolhas”, gerando aquilo que Sunstein et al (2016) chamam de “câmaras de eco”. O engajamento – curtida, comentário e compartilhamento – vai aprisionando as pessoas que guardam entre si identificação e afinidade.

Outro elemento que acaba por contaminar o debate nas redes é a existência de robôs. Os *bots*, embora não tenham a capacidade de iniciar o espalhamento de mensagens, possuem alta capacidade de interferir no alcance maior conquistado pela informação, segundo Shao et al (2018).

O fenômeno da desinformação passou a ser amplamente estudado em 2016, após a eleição de Donald Trump e a saída do Reino Unido da União Europeia, o *Brexit*. Os dois eventos atestaram que a circulação de informações enganosas apresenta “capacidade de influenciar os sistemas políticos, especialmente processos eleitorais, e acentuar a polarização política” (DELMAZO; VALENTE, 2018, p. 13). Dois anos depois, novamente em esfera decisória, o mesmo procedimento foi identificado no pleito que elegeu Jair Bolsonaro para presidente do Brasil (BUCCI, 2019a).

Movimento semelhante, mesmo diante de contextos que inicialmente não convergem com a política ideológica e partidária, foi verificado na questão dos diagnósticos, terapêuticas e enfrentamento da Covid-19, dos desastres ambientais nos biomas brasileiros no ano passado e na discussão mais atual sobre o voto impresso, a mais nova tentativa de deslocar o eixo do debate, tirando atenção daquilo que é central na atual conjuntura.

Outro evento, inicialmente fora do escopo da política, foi conduzido para uma esfera divergente da que demarca a sua origem. O “caso Lázaro”, retratado em redes sociais e aferido pelas agências de checagem, nosso objeto de pesquisa, serviu de plataforma a forjar embates ideológicos e partidários, no intuito de aflorar antagonismos. Para tanto, reservamos a seção seguinte para detalhamento dos aspectos metodológicos e procedimentais deste trabalho.

A análise de conteúdo como recurso metodológico

Diante do objeto de estudo e dos objetivos apontados para esta pesquisa, escolhemos a análise de conteúdo como recurso metodológico do trabalho. Segundo Calixto e Pinheiro (2014, p. 14), o método consiste em “procedimentos sistemáticos que proporcionam o levantamento de indicadores (quantitativos ou não) permitindo a realização de inferência de conhecimentos”.

No caso específico deste estudo, que não se aterá a componentes quantitativos, o intuito é levantar os antagonismos criados pelas informações definidas como falsas pelas agências de checagens, uma vez que objetivamos ponderar sobre como o fenômeno da desinformação desloca um caso da esfera policial para uma ocorrência ideológico-partidária.

Contribui também para a análise a categorização dos elementos que caracterizam os relatos falaciosos a respeito do acontecimento. Como afirma Santos (2012, p. 386), na perspectiva da análise do conteúdo, as categorias são vistas como rubricas ou classes que agrupam determinados elementos reunindo características comuns”. Com base em uma pesquisa exploratória prévia, identificamos quatro categorias a reunir os elementos hegemônicos das narrativas fraudulentas, quais sejam: Antagonismos; Texto; Distorção e Semântica.

Para tanto, de início, selecionamos sete aferições da Agência Lupa e seis da Aos Fatos, publicadas entre 21 de junho e 1º de julho de 2021, as quais denominaremos de “unidades de registro” (FONSECA JUNIOR, p. 294). Assim, prosseguem Calixto e Pinheiro (2014, p. 15), esta técnica de pesquisa permite “a descrição das mensagens e das atitudes atreladas ao contexto da enunciação, bem como as inferências sobre os dados coletados”.

Considerando que cinco checagens são coincidentes nas duas agências, o *corpus* da pesquisa, constituído por aferições detectadas como falsas por Lupa e Aos Fatos, está distribuído da seguinte forma:

Quadro 1 – Unidades de Registro (UR) da análise de conteúdo

UR	Data	Publicação	Agência
1	21/06/2021	É falso que vídeo mostra captura de Lázaro Barbosa pela polícia (MENEZES, 2021a)	Aos Fatos
2	21/06/2021	#Verificamos: É montagem foto que mostra Lula e Haddad segurando bandeira com os dizeres ‘Lázaro é inocente’ (AFONSO, 2021a)	Lupa
3	23/06/2021	Pegadinha com link falso do G1 engana sobre paradeiro de Lázaro Barbosa (FAUSTINO, 2021)	Aos Fatos
4	28/06/2021	Programa de Fátima Bernardes não debateu se morte de Lázaro foi excesso da polícia (MENEZES, 2021b)	Aos Fatos
5	29/06/2021	#Verificamos: GloboNews não exibiu letreiro dizendo que Lázaro é ‘vítima da sociedade’ (AFONSO, 2021b)	Lupa

6	29/06/2021	#Verificamos: São falsas frases de Boulos, Freixo e Maria do Rosário dizendo que Lázaro foi perseguido injustamente (MORAES, 2021)	Lupa
7	29/06/2021	Jornal Hoje não noticiou que polícia investiga Bolsonaro por morte de Lázaro; foto é montagem (MENEZES, 2021c)	Aos Fatos
8	01/07/2021	#Verificamos: Marcelo Freixo não disse que estuda criar ‘Instituto Lázaro Barbosa’ (MACÁRIO, 2021)	Lupa

Fonte: próprio autor

Resultados e discussões: a violência como motor da desinformação

Em relação à primeira categoria de análise, Antagonismos, identificamos que as narrativas definidas como falsas por Lupa e Aos Fatos propõem os seguintes confrontos: [i] Grupo Globo (três unidades: 4, 5 e 7); [ii] deputado federal Marcelo Freixo (duas unidades: 6 e 8); [iii] deputada federal Maria do Rosário (uma unidade: 6); presidente do MST, Guilherme Boulos (uma unidade: 6); ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (uma unidade: 2); e o candidato nas eleições presidenciais de 2018, Fernando Haddad (uma unidade: 2). Há ainda dois casos em que não se encontram antagonismos: 1 e 3.

As peças desinformativas trazem para o centro da narrativa personalidades da política brasileira identificadas com o campo progressista e que integram partidos mais à esquerda do espectro político-ideológico, como PT (Lula, Haddad e Rosário), PSB (Freixo) e Psol (Boulos). O Grupo Globo, que é objeto de desinformação em três unidades, é deslocado pela desinformação para a mesma faixa ideológica das figuras políticas mencionadas acima – embora não seja reconhecido pelas mesmas como um de seus pares –, na medida em que a desinformação, como ficará evidente, fraudava posicionamentos da emissora, bem como dos políticos citados.

Compreendemos que é próprio do fenômeno da desinformação impulsionar confrontamentos, sejam eles reais ou forjados, pois esse tipo de narrativa é condizente com as características das plataformas digitais. Elas reúnem seus usuários no interior de “câmaras de eco” (SUNSTEIN et al, 2016), sem que se estabeleça uma necessária relação factual com o que é publicado, tomando-se por válido graças ao contexto da pós-verdade. Segundo Pinto e Zanetti (2020, p. 3),

É no campo da pós-verdade onde manifestam-se discursos alheios a fatos históricos e consensos científicos que, estimulados pelo caráter aglutinador e tribalista da *web*, criam bolhas e fortalecem a consolidação de convicções e crenças [...]. Assim, a veracidade passa a ser ancorada em convicções arraigadas, vieses de confirmação atribuindo a cada indivíduo suas próprias “verdades mais intrínsecas”.

Tanto o vídeo do momento da prisão como as postagens do G1 sobre o paradeiro de Lázaro, ambos checados por Aos Fatos, não apresentam antagonismos, sem figurar com pretensões políticas, mas no sentido de enganar a opinião pública e até as forças de segurança. Outra possibilidade, no caso do mimetismo ao G1, é produzir algum prejuízo à imagem do site (também ligado ao Grupo Globo), atrelando a ele a publicação de informações desencontradas. Como observa Bucci (2019b), a imitação do jornalismo é estratégia de quem veicula *fake news*.

Em relação à segunda categoria, Texto, as narrativas atribuem ao Grupo Globo a abordagem de quem relativiza os crimes cometidos por Lázaro Barbosa, considerando a sua morte como “injustiça social”, “triste fim”, “vítima da sociedade” (GloboNews em Pauta). Em outra unidade, visualizamos que o texto imputa ao Jornal Hoje a afirmação de que o presidente Jair Bolsonaro foi o mandante da execução. Por fim, na terceira ocasião envolvendo a emissora, o programa Encontro questiona se houve excesso na morte de Lázaro.

No envolvimento das personalidades do mundo político, identificamos que Marcelo Freixo afirma que fará uma representação contra os policiais, defende que uma indenização seja paga à família e pleiteia a criação, em tom de homenagem, do “Instituto Lázaro Barbosa”. Em outra unidade de registro, ainda envolvendo Freixo, Lázaro é uma vítima de perseguição policial e reivindica tratamento humanizado.

Em uma das unidades em que figura Marcelo Freixo, Lupa define como falsa a mensagem em que Boulos criminaliza a ação da polícia e demarca oposição ao bolsonarismo, além de pleitear assistência psicológica e acusar a falta de assistencialismo. Maria do Rosário, em outro desmentido das duas agências, expõe oposição à direita, afirmando que esta manipula os fatos em prol do armamento da população, e reivindica escola. Freixo, Boulos e Rosário, nas peças de desinformação, identificam que a causa da morte de Lázaro é o racismo de que foi vítima. Em relação a Lula e Haddad, a frase vinculada é “Lázaro é inocente”.

De acordo com o nosso entendimento, a linguagem textual apresentada é associada às figuras políticas, pois, como elas se situam no campo da esquerda com vertente progressista, historicamente se alinham à pauta dos direitos humanos, do desarmamento e da luta contra o racismo. Esta, por sua vez, é comumente distorcida sob o pretexto de que quem faz adesão a ela “protege bandido”.

No caso envolvendo Lázaro, acusado de assassinar quatro pessoas da mesma família, o assunto acaba por despertar viés apelativo, pois envolve ações extremadas que redundaram em mortes. Refletem Maia e Nóbrega (2020, p. 13), “a sensação de que fatos e evidências têm menos relevância na formação da opinião pública, que o apelo às emoções provocados por essas mensagens falsas, sustenta a ideia de uma pós-verdade”.

É passível de destaque que o nome de Jair Bolsonaro aparece em uma das narrativas fraudulentas, além do termo “bolsonaristas”, em outra. No segundo caso, o texto falacioso antagoniza Boulos e os “fascistas bolsonaristas”, ou seja, quem supostamente está do lado de Lázaro (Boulos) e da polícia (bolsonaristas), caracterizada por Boulos como “assassina” na informação falsa.

Já a inserção, de forma fraudulenta, de Jair Bolsonaro na cobertura do Jornal Hoje sobre a morte de Lázaro invoca uma dicotomia que se acentuou a partir da pandemia: Globo x Bolsonaro, razão pela qual se tornou comum quem é mais alinhado ao presidente se referir à emissora como “Globolixo”. Nesta unidade analisada, textualmente o telejornal imputa ao presidente a ordem para abater o perseguido, o que é desmentido por Aos Fatos.

Por inferência, há um consenso entre os apoiadores do presidente de que ele é perseguido e, portanto, retratado de forma equivocada pela imprensa. É possível que isso explique o fato de uma desinformação dessa natureza ser aceita como verdadeira, ainda que [i] se trate de uma acusação de elevada gravidade (o presidente da República ser mandante de um assassinato); [ii] que não seja prerrogativa do presidente ordenar a morte de alguém; e [iii] que não há relação entre uma perseguição policial e a política partidária.

Em todos os casos, assim, as narrativas se apropriaram de questões concretas, tais como a oposição feita por Lula, Haddad, Freixo, Rosário e Boulos a Bolsonaro e a posição contrária do Grupo Globo em relação ao presidente no que diz respeito à atuação na pandemia, e criam desdobramentos falaciosos, mas que expõem capilaridade nas plataformas digitais graças ao contexto de pós-verdade. Em vez de forjar, em sua

totalidade, uma narrativa desde o princípio, Dunker (2017, p. 34) afirma que a desinformação se apropria de frações da realidade.

[...] o fenômeno é mais complexo que isso, pois ele envolve uma combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis em uma mistura que é, no conjunto, absolutamente falsa e interesseira. Não se trata de pedir ao interlocutor que acredite em premissas extraordinárias ou contraintuitivas, mas de explorar preconceitos que o destinatário cultiva e que, gradualmente, nos levam a confirmar conclusões tendenciosas.

Na terceira categoria de análise, Distorções, identificamos as adulterações formuladas pelas narrativas enganosas e checadas pelas agências Lupa e Aos Fatos. Dentre elas, destacamos: em relação aos programas do Grupo Globo, as imagens frisadas são verdadeiras, com os integrantes que, em algum momento, participaram das edições, porém só a do Jornal Hoje condiz com a cobertura da morte de Lázaro Barbosa. A do GloboNews em Pauta e do Encontro provém de outra data, anterior ao ocorrido.

No entanto, o elemento de distorção está caracterizado pelo gerador de caracteres (GC), normalmente localizado na parte inferior da tela. À data das transmissões dos três programas, segundo Lupa e Aos Fatos, o GC apresentava outras informações, sejam sobre a morte de Lázaro, sejam a respeito de outras pautas, sem relação com aquela.

Neste caso, assim como na distorção gerada pelos links do G1, em outra unidade de registro, a aparência do jornalismo é apropriada pela desinformação, com o intuito de imputar a ela algum nível de credibilidade. Apesar do jornalismo também ser objeto de informações falaciosas, em uma tentativa de depreciar e deslegitimar o trabalho da imprensa, o uso de elementos gráficos do ofício, assim interpretamos, busca dar confiabilidade às narrativas forjadas, pois as cores, os ornamentos, o design e a própria linguagem recorrem aos recursos canônicos do jornalismo, como detectaram Bucci (2019b), Roxo e Melo (2018) e Recuero e Gruzd (2019).

As notícias falsas divulgadas em redes sociais emulam o texto jornalístico para, com isso, também se apropriar do código social que legitima o trabalho jornalístico. No entanto, essa estratégia só tem condições de emergir (e ser mais ou menos bem-sucedida) porque há um enfraquecimento do pacto de credibilidade e, em consequência, da própria definição de notícia e de empresa jornalística. (ROXO; MELO, 2018, p. 14)

Em relação às personalidades políticas, três montagens atrelaram fotos de Marcelo Freixo, Maria do Rosário e Guilherme Boulos a depoimentos escritos que não são de autoria deles, segundo checagem da agência Lupa. Em relação a Lula e Haddad, ambos aparecem em uma foto segurando uma bandeira. A foto é verdadeira e ambos seguravam uma bandeira com os dizeres “Lula é inocente”. Manipulada a frase, o texto diz “Lázaro é inocente”.

Entendemos que o “viés de confirmação” (PINTO; ZANETTI, 2020), por si só, é capaz de fidelizar o internauta a um certo tipo de conteúdo que venha a corroborar o seu sistema de crenças, típico da conjuntura de pós-verdade. Além disso, algumas fraudes trazem realismo acentuado em suas produções, sejam envolvendo montagens fotográficas, sonoras ou audiovisuais, fazendo com que o conteúdo seja ainda mais confiável. As pessoas, cenários, recursos e programas conhecidos são adicionados elementos falsos, amalgamando identificação, conhecimento parcial e crença em torno da narrativa falaciosa.

A este respeito, pondera Dunker (2017) que “a pós-verdade é antes de tudo uma verdade contextual, que não pode ser escrita, posta no bolso e rerepresentada amanhã, como garantia de fidelidade, compromisso ou esperança gerada pela palavra”. Indo além, Costa e Romanini (2019, p. 5) pontuam sobre as *deep fake news*,

[...] que usam algoritmos inteligentes, baseados no aprendizado de máquina, para criar vídeos em que a imagem e a voz de qualquer pessoa podem ser introduzidas em situações constrangedoras ou criminosas, sem que o grande público tenha competência para discernir entre o que é realidade e o que é falsidade criada computacionalmente para atingir propósitos espúrios, quase sempre de controle e domínio da esfera pública digital.

Na quarta e última categoria de análise, Semântica, das oito unidades estudadas, em cinco a conotação dada pelas peças desinformativas foi de que Lula, Haddad, Boulos, Freixo, Rosário e Globo (em duas das três unidades) se posicionaram favoráveis a Lázaro, vitimizándolo na ocasião de sua morte pelas forças policiais.

Em outro item analisado, o sentido atribuído pela informação falsa é o de perseguição por parte de uma emissora de TV (Globo) a Jair Bolsonaro, evidenciando o disparate de acusar o presidente da República de ser o mandante da execução de um homem capturado pela polícia. Assim, “as *fake news* tapeiam o leitor em diversas áreas:

na política, na saúde pública, no mercado de consumo, na ciência (umas asseguram que a Terra é plana)” (BUCCI, 2019, p. 41).

Por fim, em outras duas unidades de análise o sentido impresso pelo “conteúdo de baixa credibilidade” (SHAO et al, 2018), sem caracterização político-partidária, é o de gerar ruídos na opinião pública, revelando vídeo do momento em que Lázaro Barbosa é preso ou links com matérias que retratam o seu paradeiro. No segundo caso, o acesso levaria a um conteúdo inexistente, enquanto o primeiro traz uma operação policial de outro momento, com envolvidos diferentes.

Considerações finais

Embora de temporalidade antiga, a desinformação ganhou velocidade e capilaridade na atualidade. Soma-se a isso o fato de que, na pós-verdade, o interlocutor não busca necessariamente aquilo que ocorreu, mas o que ele gostaria que tivesse acontecido, fiando-se mais a um sistema de crenças, menos aos fatos. Desde 2016, diversos estudos se ocuparam da compreensão a respeito deste fenômeno no campo das deliberações políticas, porém com desdobramentos em outras áreas temas.

Por isso, este trabalho teve como objetivo identificar os focos de desinformação contidos nas narrativas falaciosas envolvendo a perseguição e morte de Lázaro Barbosa de Sousa, em 28 de junho de 2021, em Goiás, acusado de assassinar quatro pessoas da mesma família no Distrito Federal.

A pesquisa, de início, foi confrontada pelo seguinte problema: de que modo o viés partidário-ideológico se manifesta nas peças desinformativas checadas pelas agências Lupa e Aos Fatos? A hipótese central da proposta, confirmada com a realização do estudo empírico, é que as informações fraudulentas transgridem o caráter policial do caso, imputando a ele um escopo político-ideológico-partidário.

Os resultados sugerem que as narrativas definidas como falsas pelas agências Lupa e Aos Fatos, sobre o “Caso Lázaro”, inserem personalidades políticas alinhadas ao campo progressista e situadas mais à esquerda do espectro político-ideológico, além de um grupo de comunicação, a Globo, em um acontecimento localizado na esfera da violência e sem relação direta com as nuances da política institucional.

Além disso, identificamos em um dos pólos dos enredos falaciosos a presença de Jair Bolsonaro e da polícia como representantes do combate ao crime, em contraposição

a uma ideologia (de esquerda), que usa o pretexto do racismo, da injustiça social e dos direitos humanos para relativizar contravenções. O Grupo Globo, que não se identifica como sendo de esquerda e nem é assimilado pelo espectro como tal, também figurou em divergência com Bolsonaro.

Concluimos, assim, que as informações falsas, mesmo quando não se debruçam sobre assunto eminentemente político-eleitoral, deslocam o eixo da abordagem no sentido de aflorar antagonismos próprios dos embates ideológicos e partidários, lançando mão de instituições, ideias e personalidades identificadas com os lados dissociados da disputa. O que ponderamos, a partir do objeto estudado, é que até mesmo uma ocorrência sobre fuga e morte assimila os confrontos do mundo da política.

Compreendemos que a desinformação se sustenta em um modelo de negócios das plataformas digitais que estão menos vinculadas à qualidade e/ou veracidade das informações, e mais voltadas ao índice de acessos que os conteúdos podem ter. Este engajamento, tendo como intersecção um material procedente ou não, monetiza perfis e canais no Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, oferecendo dividendos às redes sociais. A lógica econômica, financeira e mercadológica deste nicho é compatível com a racionalidade que orienta o processo de desinformação.

A curto prazo, para superar ou mitigar os danos causados pela desinformação, entendemos que as plataformas digitais devem se posicionar de forma mais rígida quanto à qualidade da informação que hospedam. As agências de checagem de fatos, embora falíveis e de alcance limitado, também são recursos importantes no combate à disseminação de informação falsa. Apontamos para a necessidade de ampliação deste serviço, aliada ao surgimento de novos coletivos de profissionais do jornalismo independentes da imprensa tradicional. A longo prazo, a educação para as mídias tem condições de habilitar as novas gerações ao manuseio do conteúdo compartilhado na internet.

Temos a percepção de que este trabalho se configura em uma tentativa de compreender o fenômeno da desinformação e o contexto de pós-verdade no qual estamos inseridos e que pautam tomadas de decisão tanto por parte das autoridades, como da sociedade civil em relação às questões políticas, ambientais e de saúde pública, por exemplo, exercendo impacto direto na centralidade da cidadania e da democracia.

Bibliografia

AFONSO, Nathália. **#Verificamos: É montagem foto que mostra Lula e Haddad segurando bandeira com os dizeres ‘Lázaro é inocente’**, 2021a. Disponível em: <>. Acesso em: 11 ago. 2021.

AFONSO, Nathália. **#Verificamos: GloboNews não exibiu letreiro dizendo que Lázaro é ‘vítima da sociedade’**, 2021b. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/06/29/verificamos-globonews-lazaro-vitima/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

BIBLIAON. **João**. Disponível em: <<https://www.bibliaon.com/joao/>>. Acesso em: 09 ago. 2021.

BUCCI, Eugênio. Seriam as *fake News* mais eficazes para campanhas de direita? – uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil. **Novos Olhares**, v. 8, n. 2, 2019a. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/162062/158018>>. Acesso em 12 ago. 2021.

BUCCI, Eugênio. *News não são fake – e fake news não são news*. In BARBOSA, Mariana (org). **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019b. 128 p.

CALIXTO, R. B. C. P.; PINHEIRO, M. M. K. Análise de conteúdo: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.24, n.1, p. 13-18, jan./abr. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/10000/10871>>. Acesso em: 09 ago. 2021.

CASTRO, Júlio César L. de. A economia da desinformação em plataformas digitais. **43º Congresso brasileiro de Ciências da Comunicação – virtual – 1º a 10/12/2020**. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1157-1.pdf>>. Acesso em: 19 jul. 2021.

CHAUÍ, Marilena de Souza. *Convite à filosofia*. 6.ed. São Paulo: Ática, 1997. 520 p.

COSTA, Maria C. C.; ROMANINI, Anderson V. A educomunicação na batalha contra as *fake news*. **Comunicação e Educação**. Ano XXIV, n. 2, jul/dez 2019. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/165125/159519>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de clique. **Mídia & Jornalismo**, v. 18, n. 32 (2018). Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11/4561>. Acesso em: 12 ago. 2021.

DUNKER, Christian. Subjetividade em tempos de pós-verdade. In DUNKER, Christian et al. **Ética e pós-verdade**. Dublinense: Porto Alegre, 2017. 128 p.

FAUSTINO, Marco. **Pegadinha com link falso do G1 engana sobre paradeiro de Lázaro Barbosa**, 2021. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/pegadinha-com-link-falso-do-g1-engana-sobre-paradeiro-de-lazaro-barbosa/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

FONSECA JUNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

G1 GO. **Lázaro é baleado e morto em Goiás no 20º dia de buscas**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/06/28/lazaro-e-presos-em-goias-diz-governador.ghtml>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

JABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. São Paulo: Editora Unesp, 2014.

KANT, Immanuel. **Crítica da razão prática**. Tradução: Rodolfo Schaefer. 3.ed. São Paulo: Martin Claret, 2011.

MAIA, Carolina T.; NÓBREGA, Lizete B. da. Desinformação na pandemia de Covid-19: uma análise de conteúdo das temáticas checadas pelo Estão Verifica. **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020**. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1981-1.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2021.

MENEZES, Luiz F. **É falso que vídeo mostra captura de Lázaro Barbosa pela polícia**, 2021a. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-video-mostra-captura-de-lazaro-barbosa-pela-policia/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

MENEZES, Luiz F. **Programa de Fátima Bernardes não debateu se morte de Lázaro foi excesso da polícia**, 2021b. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/programa-de-fatima-bernardes-nao-debateu-se-morte-de-lazaro-foi-excesso-da-policia/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

MENEZES, Luiz F. **Jornal Hoje não noticiou que polícia investiga Bolsonaro por morte de Lázaro; foto é montagem**, 2021c. Disponível em <<https://www.aosfatos.org/noticias/jornal-hoje-nao-noticiou-que-policia-investiga-bolsonaro-por-morte-de-lazaro-foto-e-montagem/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

MACÁRIO, Carol. **#Verificamos: Marcelo Freixo não disse que estuda criar “Instituto Lázaro Barbosa”**, 2021. Disponível em:

<<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/07/01/verificamos-marcelo-freixo-instituto-lazaro-barbosa/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

MORAES, Maurício. **#Verificamos: São falsas frases de Boulos, Freixo e Maria do Rosário dizendo que Lázaro foi perseguido injustamente**, 2021. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/06/29/verificamos-boulos-freixo-maria-do-rosario-lazaro-perseguido-injustamente/>>. Acesso em: 11 ago. 2021.

OXFORD LEARNER'S DICTIONARIES. **Post-truth**, 2021. Disponível em: <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

PLATÃO. **A República**. Tradução: Ciro Mioranza. 2.ed. São Paulo: Editora Escala, 2007.

PINTO, Thamara M.; ZANETTI, Daniel. YouTube e desinformação: apontamentos e caminhos teóricos. **Congresso brasileiro de Ciências da Comunicação – virtual – 1º a 10/12/2020**. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1802-1.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2021.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de *fake news* políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, n. 41, mai/ago 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/gal/n41/1519-311X-gal-41-0031.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

ROXO, Marco Antonio; MELO, Seane. Hiperjornalismo: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2018: ID30572. DOI: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/30572/1722>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SANTOS, F. M. dos. Análise de conteúdo: a visão de Laurence Bardin. **Revista Eletrônica de Educação**, v. 6, n. 1, p. 383-387, mai. 2012. Disponível em: <<http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/291/156>>. Acesso em: 09 ago. 2021.

SHAO, Chengeng et al. The spread of low-credibility content by social bots. **Nature Communications**, 2018. Disponível em: <<https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2021.

SUNSTEIN, Cass R.; QUATTROCIOCCI, Walter.; SCALA, Antonio. **Echo Chambers on Facebook**. 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/331936299_Echo_Chambers_on_Facebook/link/5c93b14b299bf111693e20f4/download>. Acesso em: 12 ago. 2021.