
Fake news & Pós-verdade nas eleições brasileiras: uma análise do caso Patrícia Campos Mello em 2018¹

Danielly Bezerra dos SANTOS²

Wendy Alldrey MORAIS³

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP
Centro Universitário Tiradentes, Maceió, Alagoas

RESUMO

O presente trabalho se concentra em observar a repercussão da matéria publicada pela jornalista Patrícia Campo Mello no veículo Folha de S. Paulo, em outubro de 2018, intitulada ‘Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp’, à luz dos conceitos de fake news, pós-verdade e os filtros-bolha no ambiente digital. Complementar à matéria, foram coletados e analisados um conjunto de comentários negativos na página oficial do jornal na rede Instagram relativos à divulgação da matéria, e peças em imagem montadas para induzir à falsa associação entre a jornalista e o Partido dos Trabalhadores. Os encaminhamentos finais demonstraram a depreciação do veículo e da figura da jornalista ao desacreditar o trabalho jornalístico profissional, indicando a complexificação da crise dos regimes de verdade no contexto de acirramento das posições político-partidárias a partir de 2018 no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Fake news; Pós-verdade; Patrícia Campos Mello.

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, os contextos de comunicação interpessoal e circulação pública de mensagens são, sem equívoco, envolvidos por uma dinâmica tecnológica digital que, disseminada a partir do surgimento da internet comercial nos anos 1990, foi robustecida em termos suporte material e desdobramentos nas relações sociais (BERNARDO, 2013; FOER, 2018).

As redes sociais digitais, com seu caráter relacional e “formada por *atores* que, por sua vez, se ligam a *nós*” (MARTINO, 2015, p. 57, grifo do autor), tornaram-se

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

² Mestranda no PPGCOM - ESPM/SP, bolsista PROSUP-CAPES, membro do Grupo de Pesquisa SENSE - ESPM/SP, e-mail: daniellybdossantos@gmail.com

³ Pós-graduada em Comunicação Digital, Webjornalismo e Novas Mídias pelo Centro Universitário Tiradentes (UNIT/AL), e-mail: wendy.morais@outlook.com

ambientes de interação em modo ubíquo. Os dados de 2020 demonstram a ligação dos usuários brasileiros com essas plataformas e aplicativos: o WhatsApp é o aplicativo com mais usuários ativos mensais para dispositivos *mobile*, registrando cerca de 30 horas/mês no acesso individual, seguido nessa ordem por Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter e YouTube⁴.

Bem como em diversos aspectos, as redes sociais digitais complexificaram as dimensões de autoria e veracidade, aspectos indispensáveis para a condição do jornalismo profissional historicamente assentado. Embora datando em seu início no fim do século XIX, a dinâmica das *fake news* (ou notícias falsas) foi sofisticada pelas novas possibilidades tecnológicas com a chegada do século XXI. Especialmente a partir de 2016, as notícias falsas passaram a ser utilizadas como “ofensa política” (AZEVEDO, 2018), e nos anos seguintes o tema recebeu notoriedade global a partir do escândalo envolvendo a empresa *Cambridge Analytica* e as eleições presidenciais dos Estados Unidos.

A protuberância do termo nos anos recentes se deu pela primeira conferência de imprensa de Donald Trump, presidente eleito dos Estados Unidos em 2016, que deferiu acusações contra o jornal *The New York Times* e o canal de televisão CNN (após a recusa em responder à pergunta de um jornalista) (HEZROM; MOREIRA, 2018).

No contexto brasileiro, a problemática se intensificou quando da chegada das eleições presidenciais em 2018. Questionamentos foram traçados sobre a possibilidade de financiamento a redes de produção organizada de *fake news* para ampla disseminação. Precisamente nesse ambiente, a jornalista Patrícia Campos Mello foi a responsável pela matéria ‘Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp’, publicada em outubro de 2018 pelo veículo *Folha de S. Paulo*. Para analisar parte dos efeitos decorrentes dessa publicação, este texto se propõe a apresentar e discutir o conceito de *fake news*, relacioná-lo com a ambiência da pós-verdade na contemporaneidade e analisar um conjunto de respostas ao veículo jornalístico, peças de *fake news* produzidas à época e demais derivações que se colocaram como respostas a essa investigação jornalística.

⁴ Dados reunidos na pesquisa intitulada ‘Digital 2021 Global Overview Report’, realizada pelas organizações We are social e Hootsuite, divulgada em fevereiro de 2021. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>>. Acesso em 11 ago. 2021

A TRAMA CONTEMPORÂNEA NA VERDADE

O conceito de *fake news* (ou ‘notícias falsas’) é caracterizada em Santaella (2018) como conteúdos enganosos gerados em diferentes mídias com objetivos variáveis, sendo os principais “influenciar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos” (SANTAELLA, 2018, p. 23). A partir dos trabalhos de Recuero e Gruzd (2019) e Shu *et. al.* (2017 apud RECUERO; GRUZD, 2019), as *fake news* podem ser entendidas como sinônimo de desinformação. Para os autores, duas características marcam esse tipo de produção falsa, a saber a ausência de autenticidade e o propósito deliberado da enganação (RECUERO; GRUZD, 2019, p. 32).

A contemporaneidade registra agravantes na delimitação do material considerado *fake news*, como a velocidade de circulação das informações acessadas na internet e compartilhadas via redes sociais digitais. No quadro político-partidário brasileiro, a eleição de 2018 promoveu o acirramento de versões e foi o espaço para a instalação de uma nova dinâmica de comunicação com o objetivo eleitoral realizada com o menor tempo de propaganda eleitoral gratuita na televisão (QUADROS; SANTOS, 2019, p. 06).

Segundo Azevedo (2018), alguns aspectos se destacam na natureza das *fake news*, sobretudo quando analisadas no contexto de disputas eleitorais, sendo eles a difamação de caráter, os propósitos políticos, lucro e satisfação pessoal. O primeiro concerne a danos causados à imagem pública, à reputação e à credibilidade de outrem, o segundo envolve “jogo sujo” para manutenção de poder político. O lucro é bastante comum quando se objetiva tráfego em *websites* para gerar receitas com anúncios. Já a satisfação pessoal é experimentada por indivíduos “aventureiros”, estabelecem para si um desafio pessoal (“até onde conseguem ir”), como esclarece o autor.

É importante salientar que, independente das conjunturas, as notícias falsas prosperam sobretudo porque lidam diretamente com questões emocionais e psicológicas dos indivíduos. Quanto ao escândalo que envolveu a empresa Cambridge Analytica⁵ e a

⁵ Mais informações em
<<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/01/09/cambridge-analytica-se-declara-culpada-por-uso-de-dados-do-facebook.ghtml>>. Acesso em 06 ago 2021.

rede social Facebook, o psicanalista Luba Kessler⁶ ressalta que a empresa se serviu de informações sobre preferências pessoais compartilhadas pelos próprios usuários da rede social para desenvolver perfis sociais e mapear a motivação dos grupos monitorados. A existência dos filtros-bolha (*filter bubbles*), cunhada por Pariser (2011), agrupam as informações compartilhadas na rede a partir das afinidades ideológicas e preferências pessoais e afetivas dos usuários, dificultando a partir do processo de algoritmização o contato ou confronto com ideias opostas.

Nos dias atuais, como aponta Ferrari (2018), os filtros-bolha são capazes de gerar concepções equivocadas e até nocivas em diversas esferas da vida social comum. É possível observar que o fenômeno se relaciona diretamente com a produção de notícias falsas e desinformação, numa implicação sobre a condição do que seja a verdade e a factualidade.

A esse respeito, a chamada ‘pós-verdade’ (originada do inglês *post-truth*) traduziria um novo momento experienciado nas décadas recentes em que “a verdade já não é falseada ou contestada; tornou-se secundária” (SANTAELLA, 2018, p. 47). Estando relacionada à uma espécie de subjetividade outra da sociedade contemporânea, há um abalo de confiança para com as autoridades, instaurando uma “nova fase de combate político e intelectual, em que ortodoxias e instituições democráticas estão sendo abaladas em suas bases por uma onda de populismo ameaçador” (D’ANCONA, 2018, p. 19). Sobre o que considera como particularidade do tempo presente, o autor comenta:

No cerne dessa tendência global está um desmoronamento do valor da verdade, comparável ao colapso de uma moeda ou de uma ação. A honestidade e a exatidão não são mais consideradas como a maior prioridade nas trocas políticas. (D’ANCONA, 2018, p. 20).

Ou seja, neste contexto, os fatos passam a ser desprezados e a possuir menos valor quando não condizem com as convicções, ideias, sentimentos, crenças dos indivíduos, que, por sua vez, passam a priorizar as emoções em detrimento de informações comprobatórias – uma atitude perigosa, capaz de transformar qualquer acontecimento em verdadeiro ou falso sem prévia análise puramente racional que seja capaz de basear tal conclusão.

⁶ Disponível em <<https://www.psychologytoday.com/us/blog/psychoanalysis-unplugged/201804/why-does-fake-news-spread-faster-real-news>>. Acesso em 06 ago 2021.

A autora Kakutani (2018), por conseguinte, acrescenta à discussão destacando a expressão ‘declínio da verdade’, que reúne não apenas as notícias falsas e ‘fatos alternativos’ (na expressão do ex-presidente Donald Trump), mas todo o descrédito atribuído ao que podemos chamar de instâncias epistêmicas na modernidade, como a própria ciência e a história, áreas que trabalham, desde seus primórdios, com pesquisas autênticas e só denominam fatos mediante estudo e comprovação.

Dentre outros efeitos desta realidade estão a desqualificação de contraditores e contradições, os confrontos gerados por fatos *versus* opiniões e argumentações embasadas *versus* especulações, e até a perda do controle da população em geral sobre decisões importantes em sociedade, como cita Kakutani (2018), o que mina a democracia pouco a pouco e abre espaço para dinâmicas autoritárias.

Espelhos de tais práticas são os conflitos interpessoais que se acentuam cotidianamente na internet, alimentados, entre outros fatores, por “posts que apelam cinicamente para a parte rudimentar de nossos cérebros – para emoções primitivas como medo, ódio e raiva” e que tão somente geram discussões sem qualquer propósito (KAKUTANI, 2018, n.p). Sobre o acesso, a autora comenta:

O enorme volume de dados na web permite que as pessoas selecionem cuidadosamente fatos, factoides ou não fatos que apoiem seu ponto de vista, encorajando tanto acadêmicos como amadores a encontrar material para apoiar suas teorias, em vez de examinar evidências empíricas para chegar a conclusões racionais. (KAKUTANI, 2018, n.p)

O ambiente das eleições presidenciais ocorridas no Brasil em 2018 aflorou as incompatibilidades políticas e intensificou as práticas de buscar argumentos e recursos que sustentem uma opinião firmada anteriormente, acarretando na disseminação de conteúdos tendenciosos, criando uma trama entre as notícias falsas, a instrumentalização dos filtros-bolha digitais e o conceito de pós-verdade.

A autoverdade também foi um conceito novo e muito presente no contexto brasileiro da época, que Brum (2018) identificou antes mesmo do início do pleito. De acordo com a autora, a ideia da autoverdade se traduz pela “valorização de uma verdade pessoal e autoproclamada, uma verdade do indivíduo”, que se articula com a

pós-verdade mas segue outra lógica: a valorização de como algo é dito em detrimento de seu conteúdo.

Faz-se necessário ressaltar que o aspecto da disputa política por qual versão dominante é determinante quando da materialização dessas práticas desviantes dos regimes de verdade. Nesta conjuntura de tensão, o que prevalece é a desinformação, abrindo espaço para ambientes preenchidos de desconfiança, confusão e manipulação - por vezes montados intencionalmente por indivíduos que almejam ascender social ou politicamente, difamar outrem, obter lucro com base em cliques, satisfação pessoal e outras razões elencadas por Azevedo (2018).

APORTE METODOLÓGICO

A realização deste estudo se deteve a objetivos e métodos qualitativos, valendo-se de pesquisa bibliográfica quando do cotejamento de conceitos teóricos contemporâneos como as *fake news* (SANTAELLA, 2018 e outros), a pós-verdade (D'ANCONA, 2018) e os filtros-bolha. Foi possível, com esta proposta, explorar a conjuntura conflituosa e de polarização política no Brasil nos anos recentes, e que afeta diretamente a dinâmica de comunicação, em vários níveis, no País.

Enquanto material empírico, foi observada uma sequência de comentários presentes no portal de assinantes, relativos à matéria aqui analisada, além de um conjunto de nove comentários na página da Folha de S. Paulo na rede social Instagram em outubro de 2018, e duas imagens circuladas com a manipulação de texto associado a elas.

Enquanto documento de segunda mão, assim descrito por GIL (2002, p.46), utiliza-se a matéria jornalística produzida e publicada por um veículo de circulação nacional. Compondo, ainda, uma etapa deste estudo está a pesquisa bibliográfica, com a discussão dos conceitos teóricos dos regimes de verdade a fim de prestar uma análise com estofamento intelectual da repercussão da matéria publicada.

Em certa medida, pesquisa bibliográfica e documental sobrepõem-se em termos de material, e para o cumprimento deste breve estudo, a junção se mostrou oportuna. Como vantagens a considerar no método, a pesquisa documental apresenta “documentos [que] constituem fonte rica e estável de dados (GIL, 2002, p.46).

Para a análise dos comentários e imagens circuladas, foram consideradas as contribuições teóricas presentes em Fragoso *et. al.* (2011, p. 116) relativas à análise de redes sociais (ARS), surgidas a partir dos estudos sociológicos do começo do século XX, retomando aos estudos de Simmel nos Estados Unidos quando do mapeamento das relações sociais e sua influência nos sistemas sociais.

PATRÍCIA CAMPOS MELLO E A DESLEGITIMAÇÃO DO JORNALISMO

Em 18 de outubro de 2018, foi publicada no endereço eletrônico do jornal Folha de São Paulo a matéria ‘Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp - Com contratos de R\$ 12 milhões, prática viola lei por ser doação não declarada’⁷, assinada pela jornalista Patrícia Campos Mello. Dois dias antes, a versão impressa da Folha já circulava com a mesma manchete. O texto discorria sobre um possível esquema envolvendo disparos de mensagens em massa contra o Partido dos Trabalhadores (PT) no pleito eleitoral através do aplicativo de mensagens WhatsApp.

Segundo as informações apuradas pela jornalista, empresas apoiadoras do então candidato à presidência Jair Bolsonaro (Partido Social Liberal - PSL) compraram pacotes do chamado “disparo em massa” para o envio de conteúdos falsos e ofensivos contra partidos e figuras políticas de oposição.

Imagem 1: Matéria publicada no portal Folha de S. Paulo



Fonte: *Printscreen* do portal Folha de S. Paulo. Acesso em 12 ago 2021

⁷ Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>
Acesso em 11 ago 2021

Na página da matéria, houve 294 comentários feitos por assinantes da Folha, que demonstram o acirramento político-partidário próprio daquele momento (dias antes do segundo turno eleitoral). A maioria, porém, questiona a falta de itens comprobatórios dos fatos citados na matéria, classificando o texto como opinativo e resultado de ilações da jornalista. Houve, ainda, acusações de enquadramento partidário do veículo, vinculando a produção do texto às ligações ideológicas da Folha de S. Paulo.

Foi possível encontrar o mesmo panorama em outros espaços digitais, como nos comentários da postagem referente à manchete da Folha em seu próprio Instagram e nas mídias sociais da BBC News Brasil e do jornal El País Brasil, nos quais ainda se lê frases como “tudo isso parece uma ação planejada, premeditada pelo PT”, “apenas matéria do folhetim Folha de S.Paulo”, “óbvio que não dará em nada, não há provas para embasar a denúncia da Folha de S.Paulo”, entre outras.

Em virtude da repercussão do texto, a jornalista Patrícia Campos Mello se tornou alvo de ofensas direcionadas à sua pessoa e seu trabalho como profissional, com ataques que também atingiram o veículo Folha de S. Paulo, principalmente em redes sociais como o Twitter. Em nota divulgada no período⁸, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) manifestou apoio à jornalista e ao veículo. A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) afirmou que “a tentativa de intimidá-la, de barrar o seu trabalho, é um atentado contra o jornalismo e contra todos os jornalistas”⁹.

De acordo com a Folha, Campos Mello teve sua conta no aplicativo WhatsApp invadida, recebeu ameaças por telefone e foi alvo de diversos conteúdos e montagens com associações falsas. Um dos conteúdos disseminados alegava que a jornalista havia sido condenada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) pela divulgação de *fake news* via WhatsApp¹⁰. Veículos como G1, Portal de Notícias da Rede Globo e Revista Piauí apuraram e informaram se tratar de informação falsa, somados ao STF que reiterou o caso.

⁸ Disponível em

<<https://www.abraji.org.br/noticias/reporter-da-folha-e-alvo-de-assedio-direcionado-e-ameacas-nas-redes-sociais-apos-publicacao-de-reportagem>>. Acesso em 12 ago 2021.

⁹ Disponível em: <<https://fenaj.org.br/repudio-as-agressoes-e-ameacas-contra-a-reporter-patricia-campos-mello/>>

Acesso em 12 ago 2021.

¹⁰ Disponível em

<<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/12/14/e-fake-post-atribuido-ao-stf-sobre-condenacao-da-jornalista-patricia-campos-mello.ghtml>>. Acesso em 12 ago 2021.

O político envolvido na situação dos disparos eletrônicos de *fake news*, Jair Bolsonaro (então membro do PSL) acusou o partido adversário de conspiração junto à Folha, indicando que o Partido dos Trabalhadores (PT), representado à época pelo candidato Fernando Haddad, estaria empenhado em “desestabilizar” sua campanha. O posicionamento de Jair Bolsonaro diante das informações contidas na matéria de Patrícia Campos Mello também transparece aspectos da pós-verdade, como igualmente explicita Flores (2017) ao destacar que a *post-truth* representa uma estratégia que relativiza, distorce, altera ou reinterpreta os fatos com vistas a defender interesses pessoais. Na época, o então candidato afirmou apenas “não ter controle” sobre o que empresários simpáticos à sua figura faziam e reiterou que, mesmo sabendo que tudo feria a legislação, não havia como tomar providência (marcando sinais claros de relativização da denúncia).

A matéria, que ficou conhecida como um marco do *spam* político distribuído pelo WhatsApp no País, subsidiou à época um pedido de investigação feito pelo PT junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE) contra o então candidato Jair Messias Bolsonaro.

Com a publicação no portal, as redes sociais oficiais da Folha de S. Paulo também repercutiram a matéria, onde o *post* na rede Instagram reuniu comentários negativos ao conteúdo da matéria. Na tabela abaixo, será analisada uma breve sequência de comentários dos usuários da rede (seguidores da página e/ou não) - copiados respeitando a grafia original.

Tabela 1: Comentários de internautas no Instagram da Folha de S.Paulo

Comentário 1	<i>Vocês vão pagar uma indenização astronômica por tentar ludibriar os eleitores com Estória estapafúdea</i>
Comentário 2	<i>Lixo!! Falência à vista</i> (emojis de risada)
Comentário 3	<i>Que desespero folha</i>
Comentário 4	<i>Desespero não tem nada pra incriminar Bolsonaro ficaram criando notícia falsa...</i>
Comentário 5	<i>Jornalzinho</i> (emoji de excremento)
Comentário 6	<i>A torneira vai secar !</i>

Comentário 7	<i>Esse jornal nunca esteve a serviço do Brasil</i>
Comentário 8	<i>99% dos comentários vão pejorativos a Folha kkkk, vamos ser como os anunciantes se comportaram ...</i>
Comentário 9	<i>Cria outra mentira.. pq essa de wastzap nao cola.. Se um candidato a presidencia perder por causa de mensagens de zap zap ele.e muito fraco..! Ele vai perder e pelo historico dele. Do seu partido.</i>

Fonte: Instagram oficial do Jornal Folha de S.Paulo @folhadesaopaulo. Coleta em out. 2018.

Há, em todos os comentários negativos, um direcionamento de críticas e de depreciação ao veículo, com suspeitas sobre a legitimidade do jornal Folha de S. Paulo para publicar a matéria ‘investigativa’. Nenhum dos nove comentários recortados apresentou detalhes para as argumentações apontadas no texto quanto à suposta mentira e ludíbrio do veículo a seus leitores.

Um aspecto relevante no conjunto dos comentários da rede social e da secção de comentários da matéria diz respeito à desqualificação do veículo de comunicação e das capacidades profissionais da jornalista após a divulgação da matéria em questão, o que, segundo Palma (2007), é um dos objetivos da utilização da pós-verdade. A dinâmica também é citada por Kakutani (2018), que destaca que tal desqualificação é, na verdade, um dos efeitos das *fake news*, que atraem os leitores a um binarismo de ‘certo e errado’, afastando-a de reflexões e decisões importantes, o que enfraquece a democracia e favorece a manipulação.

Outros questionamentos sobre a reputação profissional da jornalista surgiram, em parte, da reprodução massiva de discursos fundados em *fake news* resultantes da publicação da matéria, com atribuições como “Petista de carteirinha!!!” que circulava fortemente no WhatsApp na época com uma imagem falsa de Fernando Haddad (adversário de Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018) com Campos Mello, que logo foi desmentida por diversos websites, como o próprio G1. O contexto criado sugere que a produção da jornalista teria origem em interesses e parcerias ideológicas pessoais e reduz a importância de seus esforços na busca pelos fatos e na investigação do ocorrido.

Imagens 3 e 4: Mensagem falsa transmitida via aplicativo WhatsApp e Manchete falsa compartilhada na rede Facebook



Fonte: Website <boatos.org>. Acesso em out. 2018.

As imagens dois e três expõem fotos do candidato à presidência do Brasil em 2018 Fernando Haddad (PT) acompanhado de duas mulheres diferentes e que, nos contextos de viralização das mensagens, são identificadas como sendo a jornalista Patrícia Campos Mello. A suposta associação entre ambos se deu no sentido de provocar através das peças falsas a invalidação do profissionalismo e do compromisso da jornalista autora da matéria.

A narrativa proposta nas peças falsas diz respeito a um dos elementos-base da pós-verdade, apontado por Flores (2017) como a insinuação. Segundo o autor, as também conhecidas ‘inferências falseadoras’ têm origem em conteúdo proposicional em que o comunicador insinua determinadas informações com base em apelo consciente em crenças e impressões arraigadas no interlocutor. Tal consideração pode ser visualizada na construção das notícias falsas supracitadas sobre Campos Mello, relatada como mera jornalista cujo trabalho possuía somente o objetivo de prejudicar a candidatura de um dos concorrentes das eleições em questão.

A dinâmica de uso das redes sociais digitais tende a favorecer a “independência” dos sujeitos perante o crivo profissional na produção de conteúdos de comunicação, que não mais estarão subordinados às normas básicas da produção jornalística - processo que fomenta consequências sérias à identificação da legitimidade e credibilidade do gênero. A popularização das notícias falsas é impactada pela nova

ordem de comunicação digital instantânea e horizontalizada, e que por sua vez acaba por “o sensacionalismo, a velocidade da ação impensada e do compartilhamento leviano” (SANTAELLA, 2020, p. 22).

Todo o cenário envolvendo os ataques pessoais sofridos por Campos Mello pode ser associado, ainda, à forte presença dos filtros-bolha uma vez que a comunicação e socialização restritas com indivíduos que compartilham das mesmas opiniões e visões dificulta a pluralidade de perspectivas, ocasionando, de acordo com Calixto (2015), a busca de um alicerce nos semelhantes para rechaçar a opinião contrária. Segundo o autor, o tema político-partidário evidencia o acirramento, pois o diálogo entre duas formas de compreensão se esgota e pode proliferar discursos de ódio, como na situação de Campos Mello.

Um outro ponto crucial relembra que invasões ao WhatsApp e notícias falsas, situações às quais Patrícia foi submetida, ultrapassam os limites do embate na comunicação a partir das discordâncias e se tornam uma problemática jurídica uma vez que atingem aspectos como a honra e a intimidade, como pontua Pina (2017). O caso da jornalista marca a reflexão de que a problemática das notícias falsas, dos filtros-bolha e da pós-verdade se estende para além de embates retóricos em torno da política nacional atual, e passa a impactar os modos de expressão pública nas redes e as relações no tecido social.

Em julho de 2020, a jornalista Patrícia Campos Mello lançou o livro ‘A Máquina do Ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital’ onde discute, a partir de sua experiência, de que forma as redes sociais digitais se tornaram instrumentalizadas por líderes populistas e como as campanhas de difamação através de robôs, sobretudo contra jornalistas mulheres¹¹.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi possível depreender ao longo da discussão, as notícias falsas, a pós-verdade e o fenômeno dos filtros-bolha baseiam-se e mantêm-se em certas atitudes,

¹¹ Casos de indenização recebidos pela jornalista entre 2020 e 2021. Disponível em: <<https://www.jota.info/coberturas-especiais/liberdade-de-expressao/jair-bolsonaro-e-condenado-a-indenizar-jornalista-patricia-campos-mello-27032021>>. Acesso em 12 ago 2021.

dinâmicas e situações, tendo como fortes consequências a conturbação da opinião pública, a desinformação generalizada, as argumentações rasas e acríticas, a ausência do diálogo respeitoso e o descrédito para com o jornalismo profissional.

Como sugere Ferrari (2018), entretanto, este contexto enseja possíveis soluções, que residem sobretudo no desenvolvimento da educação, na ética e no pensamento crítico, aspectos que, curiosamente, o próprio ambiente digital exige cada vez mais de seus usuários. Baldi *et al.* (2018) têm o mesmo pensamento ao citarem a área da literacia digital e destacarem que aqueles presentes no espaço digital devem saber distinguir, de forma eficiente, a verdade da mentira.

Baldi *et al.* (2018) vão ainda além e reforçam que as instituições de uma sociedade democrática (como governos e conglomerados de comunicação) possuem uma grande responsabilidade, pois as notícias falsas abrangem dimensões ideológicas e de confiança por parte da sociedade que desvalorizam gradativamente os conhecimentos estabelecidos. O papel destas é, portanto, desenvolver meios para restaurar e fortalecer o senso de segurança junto à população.

Filgueiras (2018) caminha no mesmo sentido ao sugerir que o problema das notícias falsas é “contornável contanto que não seja menosprezado” (FILGUEIRAS, 2018, n.p). Como Baldi *et al.*, a autora reforça a necessidade do reposicionamento do jornalista como curador do que circula na web e a importância da recuperação da confiança por profissionais e instituições de modo que as autoridades epistêmicas retornem à condição de garantidoras de confiança e seriedade.

O engajamento, a crítica e a disposição ao diálogo dos contemporâneos ‘prosumidores’ de informação são também os pontos-chave que garantirão à comunicação o papel de destaque no debate, quando do direito público ao acesso a informações de qualidade, a valorização do trabalho jornalístico profissional e a apreciação da verdade e factualidade como elementos indispensáveis na comunicação em sociedades democráticas.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001
This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) – Finance Code 001

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Fernando Uilherme Barbosa de. **O Negócio Sujo Das Fake News: Hackers Expostos! Veja O Mundo Lucrativo e Antiético Das Fake News.** Independently Published, 2018.

BALDI, Vania; CARDOSO, Gustavo; COURACEIRO, Paulo; PAIS, Pedro Caldeira; QUINTANILHA, Tiago Lima. As Fake News numa Sociedade Pós-Verdade. Contextualização, potenciais soluções e análise. Observatório da Comunicação (OberCom), Lisboa, jun de 2018. Disponível em:
<<https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf>>.
Acesso em: 18 out. 2019

BRUM, Eliane. **Bolsonaro e a autoverdade.** El País Brasil, São Paulo, 16 de jul. de 2018. Disponível em:
<https://brasil.elpais.com/brasil/2018/07/16/politica/1531751001_113905.html>. Último acesso em: 10 nov de 2019.

CALIXTO, Douglas. **Educomunicação e redes sociais: caminhos para cidadania em meio ao esgotamento do diálogo e à escalada de ódio.** Rio de Janeiro, 2015. D

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news.** Tradução: Carlos Szlak. 1 ed. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas.** São Paulo: EDUC, 2018.

FILGUEIRAS, Isabel. **O bom jornalismo contra a desinformação.** In: FILGUEIRAS, Isabel et al. Jornalismo em tempos de pós-verdade. Fortaleza: Dummar, 2018. Paginação irregular.

FOER, Franklin. **O mundo que não pensa: a humanidade diante do perigo real da extinção do homo sapiens.** Trad.: Debora Fleck. São Paulo: Editora Leya, 2018.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

HEZROM, Edomm; MOREIRA, Isabela. **Pós-verdade e Fake News: os desafios do jornalismo na era do engano.** Goiânia: Independently Published, 2018. Não paginado.

KAKUTANI, Michiko. **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018. Paginação irregular.

LINS, Bernardo. **A evolução da Internet: uma perspectiva histórica**. Camara.leg.br, 2013. Disponível em: <<https://bd.camara.leg.br/bd/handle/bdcamara/33179>>. Acesso em: 13 Aug. 2021.

MARTINO, Luís Mauro. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2015.

PALMA, Adalberto. **A era da pós verdade: realidade versus percepção**. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1. Disponível em: <http://www.revista-uno.com.br/wpcontent/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Acesso em: 17 out. 2019.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PINA, Carolina. **A era da pós verdade: realidade versus percepção**. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 41, mar. 2017. Disponível em: <http://www.revista-uno.com.br/wpcontent/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Último acesso em 21 out. 2019

QUADROS, Doacir; SANTOS, Romer. Comunicação política no twitter: o uso das #hashtags pelos presidenciáveis nas eleições de 2018 no Brasil *in*. **Tópicos em Ciências Sociais**, Volume 2. Belo Horizonte: Editora Poisson, 2019.

RECUERO, Raquel ; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia** (São Paulo), n. 41, p. 31–47, 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvvg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?lang=pt>>. Acesso em: 12 Aug. 2021.

SANTAELLA, Lucia. **A pós verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. Paginação irregular.

SANTAELLA, Lucia. A semiótica das fake news. **VERBUM. CADERNOS DE PÓS-GRADUAÇÃO**. ISSN 2316-3267, v. 9, n. 2, p. 09-25, 2020. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/verbum/article/view/50522>>. Acesso em: 12 Aug. 2021.