

Fake News: História e Impactos Nas Eleições De 2018 No Brasil¹

Gabriel Henrique Afonso CAMPAGNOLI²

Wiliam Pianco dos SANTOS³

Centro FMU | FIAM FAAM, SP

RESUMO

O fenômeno das *fakes news* não é algo atual e único da sociedade moderna a qual vivemos. Esse tipo de situação está presente na sociedade na maioria dos períodos históricos. A utilização das inverdades para difamar alguém ou alguma instituição vem de séculos. Segundo o Professor e Historiador Robert Darnton, podemos encontrar esses acontecimentos no século VI d.C., quando o historiador bizantino, Procópio, escreveu um livro com diversas histórias para arruinar a reputação do imperador Justiniano. Bem como no século XVI quando Pietro Arentino usava das Pasquinias para colar sonetos e poemas com tom de zombaria para manipular as eleições pontifícias a favor dos candidatos favoritos de seus patronos. Já no século XVII surgiram as *canards* que eram modelos impressos nas laterais de jornais com notícias e informações falsas. No século XVIII a criação de *fake news* se tornaram um negócio com os “homens-parágrafos” (DARNTON, 2017). Durante a segunda guerra mundial, Hitler e seu ministro da propaganda nazista também utilizaram como arma política as notícias falsas. Na história moderna, temos como exemplo o uso das *fake news* como arma política. As eleições de Donald Trump nos Estados Unidos são um gigantesco exemplo disso. Durante os últimos três meses da campanha eleitoral em 2016 nos EUA, as notícias falsas tiveram mais engajamento nas redes sociais, do que 19 veículos de comunicação combinados. (SILVERMAN, 2016). No Brasil, em 2018, aconteceram após a Copa do Mundo da FIFA, as eleições gerais que elegeram Presidente, Governadores, Deputados Federais, Deputados Estaduais e Senadores. Na mesma onda que Trump nos Estados Unidos, o candidato que liderava as pesquisas eleitorais, de extrema direita e que se dizia conservador, Jair Bolsonaro, utilizou das *fakes news* a seu favor. Mesmo que no Brasil em 2017 tenha acontecido uma reforma

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 - Jornalismo do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

² Estudante de graduação 3º semestre do Curso de Jornalismo do Centro FMU | FIAM FAAM, e-mail: gabriel040698@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor dos Cursos de Jornalismo e Relações Públicas do Centro FMU | FIAM FAAM, e-mail: wiliam.pianco.fmu@gmail.com

eleitoral que proibiu estritamente o uso de perfis falsos na divulgação de conteúdo eleitoral (RAIS, 2018), a medida foi pouco efetiva para barrar a criação e disseminação de *fake news* durante a campanha eleitoral. Durante o período das eleições, a agência de checagem de fatos, Lupa, realizou a checagem de 250 informações ou notícias relacionadas a eleição. As três notícias falsas mais compartilhadas no *Facebook* durante o primeiro turno das eleições tiveram o intuito de favorecer Bolsonaro (TARDÁGUILA, 2018). A campanha do então candidato também aproveitou doações realizadas por empresários de distribuição em massa de mensagens através do *WhatsApp* (MELLO, 2018). Essas mensagens por sua grande maioria eram *links* que redirecionavam para contas do *Facebook* onde havia maior interação. Um estudo realizado pela UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais) a pedido da agência Lupa, sobre conteúdos compartilhados em grupos bolsonaristas no *WhatsApp*, mostrou que entre os dias 16 de agosto e 7 de outubro de 2018, de cinquenta fotos, 56% desses conteúdos compartilhados nos grupos de *WhatsApp* em apoio ao então candidato, eram enganosos (MARÉS; BECKER, 2018). Além de usar o espaço em rede social, Bolsonaro também utilizou do espaço em TV em mais de uma oportunidade para propagar informações enganosas para o público: Durante uma entrevista ao Jornal Nacional concedida aos âncoras William Bonner e Renata Vasconcellos (G1, 2018). E durante o debate dos presidenciais na Rede TV (G1, 2018). Além de usar contas nas redes sociais de pessoas sem ligações diretas com a campanha oficial, a propagação de notícias falsas também acontecia através de aliados ou de pessoas próximas a Bolsonaro, como seus filhos. Após a revista Veja da editora Abril, solicitar o desarquivamento de um processo judicial que Ana Cristina, ex-mulher de Bolsonaro abriu contra ele, a então candidata a Deputada Federal, Joice Hasselmann, gravou um vídeo e postou em seu canal do *Youtube* dizendo que uma grande revista de circulação semanal havia recebido R\$600 mil para falar mal de Bolsonaro. Além de aliados, também eram usados os filhos do então candidato. Após o primeiro turno das eleições, Flávio Bolsonaro, compartilhou nas redes sociais informações que uma urna estava adulterada e estaria realizando votos automáticos para o principal adversário de Bolsonaro ao digitar o número “1”. A informação foi desmentida pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral) logo após a repercussão da falsa afirmação. O TSE, através de nota, divulgou que o material que estava sendo compartilhado, com os dizeres falsos nada mais era do que um conteúdo manipulado. (G1, 2018). Outro assunto que foi

amplamente explorado pela campanha de Bolsonaro no uso de *fake news* foram as informações referente ao atentado a faca que o então candidato sofreu no dia 6 de setembro durante um evento de campanha em Minas Gerais. Logo após o acontecido, as redes sociais ficaram inundadas de falsas informações sobre o acontecido e sobre o acusado de atentar contra a vida de Bolsonaro. Mesmo que o papel das agências de checagem, que são usadas como base nesse estudo, tenha sido crucial na checagem de informações e declarações durante as eleições de 2018, o cenário que foi construído pelos estrategistas, aliados e filhos de Bolsonaro tornou o trabalho irreversível. Uma pesquisa realizada pela *IDEA Big Data* encomendada pela organização *Avaaz*, mostrou que 98,21% dos eleitores de Bolsonaro foram expostos uma ou mais vezes a uma notícia falsa. Já 88,77% acreditaram que as informações eram verdadeiras. A pesquisa também mostra que 85,2% dos eleitores de Jair Bolsonaro viram *fake news* sobre urnas adulteradas e 74,2% acreditaram nela (PASQUINI, 2018). Os impactos do uso das *fake news* durante a campanha eleitoral de 2018 entraram para a história do país. Se espera do líder do mundo livre o mínimo compromisso com a verdade, porém, Bolsonaro não esteve ao lado dessa verdade durante sua própria campanha. Por mais que haja quem prefere acreditar que as *fakes news* pouco tiveram relação com os resultados das eleições gerais de 2018, os números mostrados pela pesquisa da *IDEA Big Data*, demonstram que o impacto no processo democrático brasileiro foi corrompido pelo uso excessivo e descontrolado das notícias falsas. Bolsonaro utilizou da arma de sucesso que fora utilizada por Trump em 2016. Assim como o candidato americano, Bolsonaro, usou das enganações através de falsas informações para poder depreciar a imagem de seus adversários e para manipular suas próprias falas a fim de mudar o pensamento coletivo sobre sua trajetória política e declarações realizadas no passado. Dessa maneira, o objetivo deste artigo é debater como as *fakes news* foram utilizadas na campanha brasileira de 2018 em favor de Jair Bolsonaro através das redes sociais. As agências de checagem durante este artigo, serão as principais fontes de dados para obter informações sobre as notícias falsas compartilhadas a partir de julho daquele ano e como a campanha vitoriosa pôde se aproveitar do compartilhamento da manipulação da verdade que trouxe grandes impactos para o resultado da eleição como poderemos ver ao final desse estudo.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; fake news; comunicação; eleição; Bolsonaro.

REFERÊNCIAS

DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas**. 2017. Disponível em: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 22 mar. 2022.

G1. **Veja o que é #FATO ou #FAKE nas entrevistas de Jair Bolsonaro para o Jornal Nacional e para o Jornal das Dez**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/08/29/veja-o-que-e-fato-ou-fake-nas-entrevistas-de-jair-bolsonaro-para-o-jornal-nacional-e-para-o-jornal-das-dez.ghtml>. Acesso em: 1 abr. 2022.

G1. **Veja o que é #FATO ou #FAKE nas falas dos presidentiáveis no debate da RedeTV**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/08/18/veja-o-que-e-fato-ou-fake-nas-falas-dos-presidenciais-no-debate-da-redetv.ghtml>. Acesso em: 5 abr. 2022.

MARÉS, Chico; BECKER, Clara. **O (in)acreditável mundo do WhatsApp**. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/17/whatsapp-lupa-usp-ufmg-imagens/>. Acesso em: 7 abr. 2022.

MELLO, Patrícia Campos. **Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp**. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 22 mar. 2022.

PASQUINI, Patrícia. **90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fake news, diz estudo**. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-d>. Acesso em: 06 abr. 2022.

RAIS, Diogo. Fake News e Eleições. **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 105-129, 09 ago. 2018.

SCHULTZ, Adriane *et al.* **É #FAKE vídeo em que eleitor seleciona a tecla "1" e aparece automaticamente o candidato Fernando Haddad na urna**. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/07/e-fake-video-em-que-eleitor-seleciona-a-tecla-1-e-aparece-automaticamente-o-candidato-fernando-haddad-na-urna.ghtml>. Acesso em: 1 abr. 2022.

SILVERMAN, Craig. **Esta análise mostra como as notícias virais falsas sobre eleições superaram as notícias reais no Facebook**. 2016. Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.uc9gevywE>. Acesso em: 4 abr. 2022.

TARDÁGUILA, Cristina. **Dez notícias falsas com 865 mil compartilhamentos: o lixo digital do 1º turno**. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/07/artigo-epoca-noticias-falsas-1-turno/>. Acesso em: 30 mar. 2022.