

***Fake News* como ferramenta de propaganda política na internet¹**

Carl Friedrich Wilhelm LITZENDORF NETTO²

Matias Sebastião PERUYERA³

Centro Universitário Internacional Uninter, Curitiba-PR

Resumo

As *fake news*, ou notícias falsas, vêm ganhando cada vez mais espaço na propaganda política. Valendo-se das mais diversas ferramentas de comunicação na internet, como por exemplo Facebook, WhatsApp e Twitter, para disseminar inverdades e assim convencer os leitores de que os fatos são reais. Esta ideia de conquistar simpatizantes sobre ideais é um conceito bastante utilizado na Historiografia. Evidenciou-se na Segunda Guerra Mundial, pela figura de Joseph Goebbels - Ministro da Propaganda Nazista – por defender as estratégias de governo de Hitler. Neste artigo será abordado como tema, “*fake news* como ferramenta de propaganda política”. A análise será feita a partir das manifestações em 2013, focando especialmente no mês de abril de 2018, com as repercussões sobre o assassinato da vereadora Marielle Franco, objeto principal de pesquisa. Justifica-se a escolha deste tema por considerá-lo relevante para o desenvolvimento nacional, na conjuntura atual, em que frequentemente grupos políticos valem-se do avanço tecnológico nos meios de comunicação, vislumbrando disseminar notícias falsas que são absorvidas pela população em geral.

Palavras-chave: *fake news*, propaganda política, Goebbels, Marielle Franco.

1. Introdução

O termo *fake news* tem se tornado popular nos últimos tempos. Ele se refere à fabricação de notícias falsas, especificamente àquelas produzidas para manipular a opinião pública sobre fatos ou situações específicas. As *fake news* podem afetar a vida de pessoas ou até mesmo a situação política de um país. No Brasil, as *fake news*, especificamente as de interesse do presente artigo, têm tido um maior espaço para a sua disseminação a partir dos acontecimentos decorrentes desde as manifestações populares de 2013 que, de certa maneira, desencadearam no *impeachment* (ou golpe de Estado, como muitos entendem) da presidente Dilma Rousseff.

¹ Trabalho apresentado como quesito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, apresentado em julho de 2017.

² Estudante do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, E-mail: carllitzendorf@gmail.com.

³ Professor orientador do trabalho. Jornalista e Mestre em Tecnologia e Sociedade. E-mail: matiasperuyera@gmail.com.

Diferentemente da era da mídia massiva, na qual os grandes veículos de comunicação – televisão, rádio, impressos – geravam a informação e a população apenas absorvia, na era da mídia pós-massiva qualquer pessoa pode gerar conteúdo; por certas vezes, esse conteúdo pode até pautar os grandes meios de comunicação.

Este artigo abordará como tema as influências das *fake news* na internet, no Brasil, especialmente entre as manifestações de junho de 2013, que tiveram como ápice o impedimento da presidente Dilma Rousseff, até abril de 2018, mês seguinte ao assassinato da vereadora carioca Marielle Franco. O objetivo deste artigo é situar a disseminação de *fake news* no Brasil, tendo como objeto as matérias que divulgam ou desmentem *fake news* sobre o assassinato da vereadora carioca Marielle Franco. Considera-se que essa disseminação tem propósito político, não só na tentativa de prejudicar a imagem de Marielle, como na tentativa de prejudicar a imagem do partido ao qual ela pertencia – PSol – e à esquerda como um todo.

Os objetivos específicos são apresentar fundamentação teórica sobre as *fake news*, relacionando-as com as estratégias comunicacionais nazistas de Goebbels; contextualizar a criação de *fake news* durante o período citado acima; apresentar alguns métodos e instituições que combatem *fake news*; apresentar como as *fake news* foram disseminadas no caso Marielle Franco. Por hipótese principal, consideramos que as *fake news* têm importância em processos de (des)informação, e que por isso é importante que surjam recursos para combatê-las.

Justifica-se a escolha do tema pela sua relevância perante a sociedade, para o desenvolvimento nacional, num cenário em que se evidencia o aumento da produção de notícias falsas plantadas na internet. Notícias estas, produzidas e disseminadas por grupos políticos, que almejam a sua absorção pela população em geral.

2. Fundamentação Teórica

Fake news (notícias falsas) é um termo que designa as notícias fabricadas sem base real ou sem verificação de realidade. Este termo surgiu das mídias tradicionais e que migrou para a internet, onde ganhou espaço para disseminação de forma ampla e em “velocidade” (ALLCOT; GENTZKOW, 2017, p. 212).

O objetivo da criação das *fake news* é deliberada, ou seja, criar uma mentira com o intuito de disseminar uma ideia negativa, satírica ou contrária a uma temática, a uma

pessoa ou a uma instituição (empresa, organização ou governo). O caso particular de uma notícia com intenção satírica é permeada pelo exagero e humor, a promoção deste modelo de *fake News* tem um propósito particular de análise da realidade, diferentemente dos modelos de criação com intenção pejorativa, que visam descreditar o foco da notícia.

Sabrina Brito (2017) expõe os cinco motivos da existência das *fake news* apresentados pelo jornal britânico *The Telegraph*, que são: com o intuito de enganar o leitor; como uma tomada acidental de partido que leva a uma mentira; com algum objetivo escondido do público, motivado por interesses; com a propagação acidental de fatos enganosos; ou com a intenção de fazer piada e gerar humor.

As notícias falsas são frequentemente encontradas e relacionadas à propaganda política. Destacam-se as teorias da propaganda, concebidas durante a Segunda Guerra Mundial, como uma importante contribuição para a história da publicidade. Isto, considerando que a grande máquina de propaganda que estava por trás do nazismo, na qual o poder da comunicação e de massificação da opinião era sempre chefiada por um cérebro inconfundível, neste contexto Joseph Goebbels, teve grande importância para a estratégia de Hitler, sendo o criador da saudação “*Heil Hitler*” (COMMUNICARE, 2009). Goebbels foi um líder nazista alemão, que assumiu o controle da máquina de propaganda nacional, quando Hitler assumiu o poder, em 1933. Sigrid Hoff (2010) afirma que a política nazista jamais teria alcançado tão grande proporção sem o Ministro da Propaganda, Goebbels, que foi o grande responsável pela divulgação das ideias nazistas e da criação da imagem de Hitler como Führer, utilizando como lema “Um Führer – Um Povo”, tirando proveito virtuosamente das mídias novas naquela época, como canais de manipulação.

As práticas adotadas naquele momento, utilizando os recursos disponíveis para manipular a opinião pública, que, mesmo sem a internet, alcançou uma imensa proporção, disseminando o nazismo, podem ser comparadas às práticas que ocorrem hoje, apenas no aspecto da comunicação e não pelo aspecto sócio-político.

Entende-se que por meio da propaganda e muito por conta dos 11 princípios implantados pelo seu Ministro responsável, o nazismo alemão teve maior destaque que o próprio fascismo, nos demais países onde o regime teve passagem. Esses princípios são:

- 1.- Princípio da simplificação e do inimigo único.
Simplifique não diversifique, escolha um inimigo por vez. Ignore o que os outros fazem concentre-se em um até acabar com ele.
- 2.-Princípio do contágio

Divulgue a capacidade de contágio que este inimigo tem. Colocar um antes perfeito e mostrar como o presente e o futuro estão sendo contaminados por este inimigo.

3.-Princípio da Transposição

Transladar todos os males sociais a este inimigo.

4.-Princípio da Exageração e desfiguração

Exagerar as más notícias até desfigurá-las transformando um delito em mil delitos criando assim um clima de profunda insegurança e temor. “O que nos acontecerá?”

5.-Princípio da Vulgarização

Transforma tudo numa coisa torpe e de má índole. As ações do inimigo são vulgares, ordinárias, fáceis de descobrir.

6.-Princípio da Orquestração

Fazer ressonar os boatos até se transformarem em notícias sendo estas replicadas pela “imprensa oficial”.

7.-Princípio da Renovação

Sempre há que bombardear com novas notícias (sobre o inimigo escolhido) para que o receptor não tenha tempo de pensar, pois está sufocado por elas.

8.-Princípio do Verossímil

Discutir a informação com diversas interpretações de especialistas, mas todas em contra do inimigo escolhido. O objetivo deste debate é que o receptor, não perceba que o assunto interpretado não é verdadeiro.

9.-Princípio do Silêncio.

Ocultar toda a informação que não seja conveniente.

10.-Princípio da Transferência

Potencializar um fato presente com um fato passado. Sempre que se noticia um fato se acresce com um fato que tenha acontecido antes

11.-Princípio de Unanimidade

Busca convergência em assuntos de interesse geral apoderando-se do sentimento produzido por estes e colocá-los em contra do inimigo escolhido. (MÜLLER, 2017)

Goebbels trabalhava com ideias como “uma mentira contada mil vezes torna-se realidade”⁴. Ideia que pode ser identificada de maneira bastante forte nos geradores de *fake news*, como principal motor ideológico. Ao disseminar uma mentira, a fonte deste texto passa a ter credibilidade e a ganhar espaço dentre determinados segmentos da população.

Noam Chomsky (2002) defende uma linha de pesquisa na qual argumenta que há uma ideia de “consenso fabricado” entre as agências de notícias e aqueles que reportam acontecimentos ou ideologias – propaganda –, de modo a institucionalizar a origem da *fake news*. Ele, aponta por meio de análise midiática, que até mesmo jornais com certa credibilidade nacional, ou internacional, podem gerar *fake news*, com intenções de contornos políticos e econômicos.

Um grande meio em que as *fake news* são promovidas é na propaganda política. Define-se propaganda política por “todas as formas de realização de meios publicitários

⁴ É interessante notar que não foi possível confirmar se a frase é realmente de Goebbels, tornando-se ela própria exemplo do seu próprio funcionamento.

que têm por objetivo conquistar simpatizantes ao conjunto de ideias” (Tribunal Superior Eleitoral 2017).

3. Influência das *fake news* no cenário brasileiro

As *fake news* têm influenciado o cenário político no Brasil, principalmente a partir das manifestações de 2013. O crescente avanço tecnológico tem sido fator importante para isso. Segundo Motta (2017) além de democratizar o acesso à informação, a internet e as redes sociais servem como meio para a disseminação de *fake news*, e “criaram, junto aos algoritmos, as ‘bolhas’ – aqueles universos digitais onde só se debate o que for do agrado de quem participa deles”, considerando um cenário complexo para que a imprensa possa realizar uma cobertura satisfatória das eleições do ano de 2018.

Souza e Tassarolo (2017) afirmam que as reportagens que ganham maior destaque nos noticiários são aquelas que estão diretamente relacionadas ao cotidiano da população e as “grandes reportagens que abordam assuntos que mexem com pessoas ou denúncias sobre algum fato, como matérias investigativas”.

O professor do curso de Gestão de Políticas Públicas da Universidade de São Paulo (USP), Pablo Ortellado, através do projeto que coordena chamado Monitor do Debate Político no Meio Digital, pesquisou sobre dois boatos durante as “manifestações pró impeachment”. Em entrevista ao jornal gaúcho Zero Hora, Ortellado disse que 71% das pessoas que estavam nas manifestações acreditavam que o filho do ex-presidente Lula era dono da Friboi e que 42% acreditavam que o Partido dos Trabalhadores (PT) teria trazido cinquenta mil haitianos para votar na ex-presidente Dilma. Indagado sobre como é desmentir boatos, o professor relata:

Nós mesmos fomos alvo de um boato, na página do nosso grupo de pesquisa no Facebook. Inventaram que tínhamos feito uma lista com sites com mais notícias falsas. Mas só havia, nessa lista, os sites de direita. Houve uns 50 mil compartilhamentos. E nosso desmentido chegou a 6 mil pessoas. (ZERO..., 2017)

A abrangência das *fake news* é ampliada com os recursos tecnológicos. Frequentemente, notícias falsas circulam na internet com a finalidade de influenciar as pessoas, pois normalmente são mais atraentes que as notícias verdadeiras. Isto, pelo simples fato de não possuir nenhum compromisso com a verdade e com a realidade.

No contexto político brasileiro, a divulgação de notícias por meio da internet, busca influenciar as massas para movimentos políticos. Assim como ocorre com o Movimento Brasil Livre, que ganhou projeção nacional ao defender o *impeachment* de Dilma Rousseff e a partir daí vem crescendo e abordando outras causas e “hoje se sente à vontade para discutir arte e cultura, tudo em nome do respeito à família tradicional brasileira e a fé cristã” (CARTA..., 2017).

Segundo o Tribunal Superior Eleitoral, a disseminação das *fake news* foram facilitadas com a internet, que tornou sua divulgação rápida, fácil e barata. Utilizam-se mecanismos como inteligência artificial⁵ e big data⁶ para criar cenários irreais para influenciar diretamente o processo eleitoral.

A disseminação das *fake news* pode ter grande influência sobre a opinião pública, considerando os meios de comunicação, que se ampliam em grande velocidade, devido aos avanços tecnológicos. Este fato levanta sérias questões muito relevantes para os profissionais de jornalismo

4. Como distinguir as *fake news* das notícias verdadeiras e suas consequências

É importante avaliar a veracidade das notícias? Devido ao contexto atual e ao grande potencial de disseminação das notícias falsas, isto nunca foi tão importante. Sobre este aspecto Aprá (2017) afirma que os sites que divulgam *fake news* não são sites de empresas de “grande mídia comercial, tampouco veículos de mídia alternativa com corpo editorial transparente”, mas sim sites em que as “notícias” não apresentam autoria e “estão bombando nas bolhas sociais” do Facebook ou, até mesmo, disseminando boatos no whatsapp. Ele relaciona algumas características comuns importantes na identificação de sites que se encaixam no conceito de “pós-verdade” no Brasil (APRÁ, 2017):

Todos os principais sites que se encaixam no conceito de "pós-verdade" no Brasil possuem algumas características em comum:

1. Foram registrados com domínio .com ou .org (sem o .br no final), o que dificulta a identificação de seus responsáveis com a mesma transparência que os domínios registrados no Brasil.
2. Não possuem qualquer página identificando seus administradores, corpo editorial ou jornalistas. Quando existe, a página 'Quem Somos' não diz nada que permita identificar as pessoas responsáveis pelo site e seu conteúdo.
3. As "notícias" não são assinadas.

⁵ Técnicas e ciências que desenvolvem tecnologias que possam considerar contextos e tomar decisões para melhorar as chances de sucesso.

⁶ Técnicas de uso de grandes volumes de dados para embasar decisões e encontrar padrões.

4. As "notícias" são cheias de opiniões — cujos autores também não são identificados — e discursos de ódio (haters).
5. Intensiva publicação de novas "notícias" a cada poucos minutos ou horas.
6. Possuem nomes parecidos com os de outros sites jornalísticos ou blogs autorais já bastante difundidos.
7. Seus layouts deliberadamente poluídos e confusos fazem-lhes parecer grandes sites de notícias, o que lhes confere credibilidade para usuários mais leigos.
8. São repletas de propagandas (ads do Google), o que significa que a cada nova visualização o dono do site recebe alguns centavos (estamos falando de páginas cujos conteúdos são compartilhados dezenas ou centenas de milhares de vezes por dia no Facebook).

O site Aos Fatos é voltado para checagem da veracidade de notícias. Em suas rotinas diárias, jornalistas acompanham declarações de políticos e autoridades de expressão nacional, indiferente do partido político. Como metodologia, o Aos Fatos tem sete etapas em seus procedimentos:

1. Seleccionamos uma declaração pública a partir de sua relevância.
2. Consultamos a fonte original para checar sua veracidade.
3. Procuramos por fontes de origem confiável como ponto de partida.
4. Consultamos fontes oficiais, para confirmar ou refutar a informação.
5. Consultamos fontes alternativas, que podem subsidiar ou contrariar dados oficiais. Registramos, de modo acessível, no texto.
6. Contextualizamos.
7. Classificamos a declaração com uma das seis categorias: verdadeiro, impreciso, exagerado, falso, contraditório ou insustentável. (AOS FATOS, 2017)

4.1. Consequências das fake news

A prática em divulgar *fake news* afeta diversos aspectos da sociedade, tendo como alvo indivíduos específicos, grupos, partidos políticos, entre outros. Para Brito (2017) a “propagação de reportagens tendenciosas e mentirosas está crescendo cada vez mais”, ameaçando a democracia, uma vez que o acesso à informação é um direito do cidadão.

Para ilustrar a influência das *fake news* na política, afetando assim a democracia nas eleições de 2014, boatos das mais diversas formas surgiram. Como por exemplo, boatos sobre o Programa Bolsa Família, que poderia afetar centenas de beneficiários (ESTADÃO..., 2017).

O processo democrático é alvo das *fake news* em todo o mundo, sequer os maiores representantes da economia mundial estão livres desta prática.

Após a polarizada eleição presidencial americana e seus desdobramentos, cientistas estão se dedicando de uma maneira nunca antes vista para tentar

explicar e remediar um fenômeno que, na verdade, sempre esteve por aí: o espalhamento de notícias falsas –ou *fake news*, em inglês.

A discussão foi um dos destaques no último congresso da AAAS (Associação Americana para o Progresso da Ciência), realizado em fevereiro na cidade de Boston.

Dominique Brossard, pesquisadora da Universidade de Wisconsin, foi uma das que

palestraram sobre o tema. Para ela, um dos problemas é que, de tanta repetição incorreta, a expressão "*fake news*" acabou perdendo o significado original, ou seja, o de notícias construídas para enganar o público e que ao mesmo tempo atendem a algum interesse escuso –político ou monetário, por exemplo.

Na prática, a expressão vem sendo empregada pelo presidente republicano Donald Trump e também por parte da população para agredir jornalistas e veículos de comunicação dos quais discordam. Segundo Julie Coiro, da Universidade de Rhode Island, essas pessoas se "esquecem" de que é possível haver múltiplas versões para uma mesma história. (ALVES, 2017, p. 2)

Boatos começaram a se espalhar em 2013, devido a aproximação das eleições de 2014. Diversos “boatos” surgiram com a intenção de influenciar as eleições, tanto da esquerda quanto da direita. Estão relacionados abaixo os vinte boatos apresentados pelo portal E-Farsas.com, apenas para exemplificar como ocorrem os boatos, não avaliando sua veracidade.







Tabela 3 - 20 Boatos que circularam durante as eleições de 2014

Notícia	Data indicada da postagem
1 – Aécio Neves cheirador após noite de esbórnia!	Dezembro de 2013
2 – Filha de Dilma Rousseff é dona de mais de 20 empresas	Não indicada
3 – Pastor Everaldo solta pum no Jornal Nacional	Agosto/2014
4 – Aécio Neves diz que não precisa do voto dos professores!	Não indicada
5 – Dilma desfila ao som de Beijinho no Ombro no 7 de Setembro	Não indicada
6 – Aécio Neves é viciado em cocaína!	2006, ressurgindo em 2014
7 – Ficha criminal mostra Dilma Rousseff como assaltante de banco e terrorista	Não indicada
8 – Aécio Neves será julgado por desvio de verbas em Minas Gerais	Agosto/2013
9 – Dilma cria lei proibindo divulgação de investigações de acidentes aéreos	Agosto/2014
10 – Governo de Dilma liberou 13 milhões de dólares para criação de estátua do Lula	2011
11 – Bolsa Bandido (Auxílio Reclusão)	Não indicada
12 – Dilma Rousseff usou ponto eletrônico durante o debate na Band	Outubro/2014
13 – Aécio Neves se divertindo na balada	Não indicada
14 – Fidel Castro recebe aposentaria do Brasil	Setembro/2014
15 – Morto, Eduardo Campos doa 2,5 milhões para a campanha de Marina	Não indicada
16 – O PT teria trazido 50 haitianos para o Brasil para votarem na Dilma	Não indicada
17 – Ministério da Cultura gastou 4 milhões na criação do Memorial do Funk	2013/2014
18 – PT cria o Bolsa Prostituição	Não indicada
19 – Alberto Youssef é encontrado morto em Curitiba	Não indicada
20 – As urnas eletrônicas foram adulteradas	2014

Fonte: E-FARSAS, 2017.

O Aos Fatos (2017) utiliza “selos” como forma de identificar sua avaliação sobre as informações publicadas, considerando que “os selos são a marca registrada de Aos Fatos e o coração” de sua proposta, cada selo com um significado particular.

Tabela 4 – Selos de Classificação de Aos Fatos

	<p>O emprego do selo VERDADEIRO é simples: a declaração é condizente com os fatos e não carece de contextualização.</p>
	<p>Quando a afirmação recebe o selo IMPRECISO, significa que necessita de contexto para ser verdadeira. Ou seja, em alguns cenários, é possível que a declaração em questão não se aplique.</p>
	<p>O selo EXAGERADO é para aquelas declarações que não são totalmente falsas, mas que têm pouco amparo na realidade. Também são destinadas a afirmações sobre as quais faltam dados que atestem sua veracidade.</p>
	<p>Se uma afirmação é mentirosa, ela recebe o selo FALSO. É simples. Basta que os dados disponíveis a contradigam de forma objetiva.</p>
	<p>O selo INSUSTENTÁVEL se aplica àquelas declarações cujas premissas não podem ser refutadas nem confirmadas. Ou seja, serve para quando não há fatos que sustentem a afirmação.</p>
	<p>O selo CONTRADITÓRIO é usado quando o conteúdo da declaração checada é objetivamente oposto ao de afirmações ou ações anteriores atribuídas à mesma pessoa ou instituição que ela representa.</p>

Fonte: AOS FATOS, 2017

Fake news podem afetar toda uma população, nos mais diversos temas, inclusive no aspecto científico. Segundo Alves (2017) pode ser citado como exemplo de dano à imagem da ciência a divulgação de informações falsas “por um artigo científico

fraudulento (já retratado) que associou aplicação de vacinas de sarampo, caxumba e rubéola ao aparecimento do autismo em crianças pequenas”. Considerando o impacto de uma informação desta proporção, traz a reflexão sobre a fragilidade do tema.

5. Marielle Franco: existe *fake news* após a morte

Nascida na Favela da Maré em 27 de julho de 1979, Marielle Franco era socióloga pela PUC-RJ, com auxílio de uma bolsa integral, e tinha mestrado em Administração Pública pela Universidade Federal Fluminense. Era vereadora pelo PSol, a quinta mais votada na eleição de 2016, e ativista pelos direitos humanos. Ela foi assassinada no dia 14 de março de 2018, quando saía de um ato para voltar para sua casa.

O assassinato de Marielle, além da enorme comoção, trouxe consigo novamente a discussão sobre o “fenômeno” das *fake news* na internet. Diversos sites, canais do YouTube, perfis do Facebook, entre outras mídias sociais, reproduziram *fake news* tanto sobre a história como sobre o assassinato da vereadora. Muitas delas faziam falsas ligações de Marielle com o crime, e em várias era notável o preconceito social. As mais recorrentes diziam que Marielle havia sido “eleita pelo Comando Vermelho”, que havia engravidado aos 16 anos – implicando em um juízo de valor –, que era “ex-mulher do traficante Marcinho VP”, e que havia defendido “facção criminosa no bairro de Acari”.

Em contraponto às notícias falsas, existe a verdade. Vários meios jornalísticos desmentiram essas afirmações. Há dois homens ligados ao tráfico com o apelido de Marcinho VP. Um morreu em 2003 e o outro está preso em Mossoró há quase 20 anos. Uma foto que comprovaria a relação entre Marielle e Marcinho VP não retrata nenhum dos dois. Marielle só tem uma filha, de 19 anos, que, considerando a idade de Marielle, teria sido concebida quando Marielle tinha 18 ou 19 anos, e não aos 16. Também não faz sentido dizer que Marielle foi eleita pelo Comando Vermelho. Em todo caso, Marielle recebeu 40% dos seus votos entre a Zona Sul e a Barra da Tijuca. Alguns meios se preocuparam em desmentir esses boatos (G1, 2018; NALON; CUNHA, 2018; VEJA, 2018).

O projeto Monitor do Debate Político no Meio Digital (MONITOR..., 2018) elenca as sete matérias que mais foram compartilhadas no Facebook, resumidas na seguinte tabela:

Tabela 5 – Matérias mais compartilhadas no Facebook

	Meio	Título	URL	Compartilhamentos
1º	Ceticismo Político	Desembargadora quebra narrativa do PSOL e diz que Marielle se envolvia com bandidos e é “cadáver comum”	https://www.ceticismopolitico.org/desembargadora-quebra-narrativa-do-psol-e-diz-que-marielle-se-envolvia-com-bandidos-e-e-cadaver-comum/	232 mil
2º	Veja	Desembargadora diz que Marielle ‘estava engajada com bandidos’	https://veja.abril.com.br/brasil/desembargadora-diz-que-marielle-estava-engajada-com-bandidos/	178 mil
3º	GGN (Coluna de Luis Nassif)	Desembargadora do TJRJ acusa Marielle de parceria com o Comando Vermelho	https://jornalggn.com.br/noticia/desembargadora-do-tjrj-acusa-marielle-de-parceria-com-o-comando-vermelho	39 mil
4º	Folha de S. Paulo (Coluna de Mônica Bergamo)	Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é ‘cadáver comum’	https://www1.folha.uol.com.br/coluna/s/monicabergamo/2018/03/desembargadora-diz-que-marielle-estava-envolvida-com-bandidos-e-e-cadaver-comum.shtml	37 mil
5º	DCM	Desembargadora que acusa Marielle de ser ligada ao Comando Vermelho soltou chefe da “máfia dos ingressos” na Copa	https://www.diariodocentrodomundo.com.br/desembargadora-que-acusa-marielle-de-ser-ligada-ao-comando-vermelho-soltou-chefao-da-mafia-dos-ingressos-na-copa/	35 mil
6º	Política na Rede	Desembargadora ataca politização da morte da vereadora Marielle: ‘Estava envolvida com bandidos, é um cadáver comum’	http://www.politicanarede.com/2018/03/desembargadora-ataca-politizacao-da.html	31 mil
7º	Aos fatos	Não, Marielle não foi casada com Marcinho VP, não engravidou aos 16 e não foi eleita pelo Comando Vermelho	https://aosfatos.org/noticias/nao-marielle-nao-foi-casada-com-marcinho-vp-nao-engravidou-ao-16-e-nao-foi-eleita-pelo-comando-vermelho/	30 mil

Fonte: MONITOR..., 2018

Apesar de nenhuma das sete matérias ser, em si, *fake news*, as seis primeiras relatam uma disseminação de *fake news* por parte da desembargadora Marília Castro Neves, quem comentou na postagem de um contato dela. Esse comentário foi feito com base em *fake news* que ela recebera de uma amiga. Apesar das opiniões divergentes – visíveis no foco da matéria na primeira posição, que é a quebra na narrativa do PSol, e na terceira posição, que foca na acusação feita pela desembargadora – todas são a repercussão da declaração da desembargadora.

As duas primeiras matérias, juntas, têm o décuplo de compartilhamentos do que as outras matérias, individualmente. Porém, o mais grave é que somente a 7ª posição é ocupada por uma matéria de checagem que desmente as informações falsas. As seis anteriores não confirmam nem desmentem as informações falsas⁷. Considerando o

⁷ Não foi possível conferir o texto da matéria da quarta posição.

número de visualizações, 18 vezes mais pessoas compartilharam notícias sobre notícias falsas – considerando que talvez o tenham feito somente pelo título, que em cinco dos casos pode ser interpretado como um fato. A retratação, por enquanto, estaria tendo um impacto muito menor do que as das notícias falsas.

O que seja talvez mais interessante no caso, a partir da análise desse ranking de compartilhamentos, é como as *fake news* podem ser disseminadas. Um boato enviado pelo WhatsApp – possivelmente o apresentado em algumas das matérias consultadas (G1, 2018) – foi usado para embasar um comentário em uma postagem, que rapidamente se transformou em notícia e tenha sido, talvez, o maior difusor das *fake news* sobre Marielle.

O caso ainda está se desdobrando. Como no Brasil a legislação para crimes virtuais ainda é recente, a crença na impunidade não intimida produtores de notícias falsas nem faz com que a população em geral pesquise e reflita antes de repassar qualquer tipo de informação nas redes sociais.

No entanto, existem alguns casos que não ficam sem punição. Se não jurídica, ao menos moralmente, alguns produtores e divulgadores acabam sendo punidos. São os casos da mencionada desembargadora, do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ), que está sendo investigada pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), e do deputado federal Alberto Fraga, do partido Democratas do Distrito Federal (DEM-DF), que poderá responder ao conselho de ética da Câmara Federal. O site UOL, em matéria sobre os vídeos no YouTube que são *fake news* contra Marielle, afirma que apenas dois vídeos do canal “Força Brasileira” atingiram cerca de dois milhões de visualizações.

A Revista Carta Capital informou que “o juiz Jorge Jansen Counago Novelle, da 15ª Vara cível do Rio de Janeiro, condenou o Facebook a informar se o Movimento Brasil Livre – MBL – pagou pelo impulsionamento de posts com informações falsas sobre ela” (CARTA..., 2018). A revista ainda diz que o magistrado determinou que o *Facebook* informe se Carlos Augusto de Moraes Afonso, também conhecido pelo pseudônimo Luciano Ayan, “pagou para promover as chamadas fake news com injúrias e calúnias contra Marielle no site criado por ele, o Ceticismo Político”. Afonso é sócio de Pedro D’Eyrot, um dos fundadores e líderes do MBL, em uma empresa de consultoria. O *site* Ceticismo Político havia publicado e posteriormente o *site* do MBL replicado as informações da página no *Facebook* da desembargadora Castro Neves (citada no parágrafo anterior) a seguinte chamada: “Desembargadora quebra narrativa

do PSol e diz que Marielle se envolvia com bandidos e é ‘cadáver comum’”. Após atingir quarenta e dois mil engajamentos no *Facebook*, a postagem do MBL foi retirada do ar.

Considerações Finais

Diante de todo o exposto neste artigo, a conclusão é que o termo *fake news* é uma expressão atual para nomear práticas antigas. Utilizar notícias falsas para manipular a opinião pública faz parte da história da humanidade, como na Segunda Guerra Mundial, destacando-se a atuação de Joseph Goebbels que, como Ministro da Propaganda de Adolf Hitler, foi o arquiteto da propaganda nazista. Esta, utilizando de forma excepcional os meios de comunicação daquela época, disseminou de forma inteligente e eficaz as ideias nazistas.

A disseminação das *fake news* em redes sociais, é tão abrupta e vai gerando, mesmo que sem intenção, o discursos de ódio voltado a pessoas ou fatos. A manipulação pode afetar a vida das pessoas e até mesmo o processo democrático de um país, como demonstrado no caso do *impeachment*.

Quanto ao objeto de pesquisa deste artigo, o caso Marielle, chama a atenção o compartilhamento de notícias e vídeos falsos. Isto fica claro quando apenas dois vídeos alcançam cerca de dois milhões de pessoas, o que corresponde a aproximadamente 1% da população brasileira e 2% dos votos válidos na última eleição presidencial. Outro ponto que deve ser considerado é a diferença de compartilhamento entre a notícia falsa e a verdade verificada por um site de checagem. Ainda que as notícias apresentadas não sejam exatamente falsas, serviram para disseminar essas informações, e estima-se que a notícia sobre os comentários da desembargadora tenham sido compartilhados por causa das *fake news* resumidas no título dessas matérias.

Sendo assim, considera-se comprovada a hipótese da importância das *fake news*, e de como é importante se atentar não somente a elas, mas a como elas podem influenciar o jornalismo e acabar se disseminando de outras maneiras, inclusive em matérias que queiram desmenti-las e acabem disseminando-as, por exemplo, através de uma manchete mal construída. É importante sim que surjam meios para desmentir as *fake news*, mas também é importante que sejam difundidos de maneira similar, o que ainda não acontece, considerando o relativamente baixo número de compartilhamentos.

Para a preservação do processo democrático, é fundamental encontrar formas de orientação e sensibilização da população em geral, com a finalidade de evitar que as *fake news* tenham tão grande influência em relação à opinião pública.

Referências

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, Yale, Volume 31, Number 2 – Spring 2017 – pages 211-236. Disponível em: <<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>>. Acesso em: 17/08/2017.

ALVES, Gabriel. **Cientistas buscam estratégias para lutar contra 'fake news'**. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2017/03/1865611-cientistas-buscam-estrategias-para-lutar-contr-fake-news.shtml>>. Acesso em: 18/11/2017.

AOS FATOS. **Nosso Método**. 2017. Disponível em: < <https://aosfatos.org/nosso-m%C3%A9todo/>>. Acesso em 18/11/2017.

APRÁ, Alexandre. **Estudo da USP embasa lista dos 10 maiores sites de "falsas notícias" no Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://www.issuenoticia.com.br/artigo/projeto-da-usp-lista-10-maiores-sites-de-falsas-noticias-no-brasil>>. Acesso em 18/11/2017.

BRITO, Sabrina. **O impacto das fake news no dia a dia do jornalismo**. 2017. Disponível em: < <http://observatoriodaimprensa.com.br/pos-verdade/o-impacto-das-fake-news-no-dia-dia-do-jornalismo/>>. Acesso em: 18/11/2017.

CARTA CAPITAL. **Marielle: Facebook terá de informar se MBL pagou para impulsionar 'fake news'**. 2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/facebook-tera-de-informar-se-mbl-pagou-para-impulsionar-2018fake-news2019-sobre-marielle>. Acesso em: 16/04/2018

CARTA CAPITAL. **Seis vezes que o MBL esqueceu a política para falar de costumes**. 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/sociedade/seis-vezes-em-que-obl-esqueceu-a-politica-para-falar-de-costumes>>. Acesso em: 17/11/2017.

CHOMSKY, Noam. **Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Medias**. New York: Pantheon Books, 2002.

COMMUNICARE. **Goebbels e a propaganda nazista**. 2009. Disponível em: < <http://comunicare2009.blogspot.com.br/2009/02/groebbels-e-propaganda-nazista.html>>. Acesso em: 17/11/ 2017.

E-FARSAS. **20 Boatos que circularam durante as eleições de 2014**. 2014. Disponível em:< <http://www.e-farsas.com/20-boatos-que-circularam-durante-eleicoes-de-2014.html>>. Acesso em 18/11/2017.

ESTADÃO CONTEÚDO. **TSE, Defesa e Abin traçam ações para barrar "fake news"**. 2017. Disponível em:< <http://veja.abril.com.br/brasil/tse-defesa-e-abin-tracam-aco-es-para-barrar-fake-news/#>>. Acesso em: 18/11/2017.

ESTADÃO. **Facebook retira do ar página reponsável por "fake news" contra Marielle Franco**. 2018. Disponível em: <http://brasil.estadao.com.br/noticias/rio-de>

janeiro,facebook-retira-do-ar-fake-news-contramariellefranco,70002240964. Acesso em 17/04/2018.

G1. Marielle engravidou aos 16? Foi casada com o traficante Marcinho VP? Ignorava as mortes de policiais? Não é verdade! Disponível em: <<https://g1.globo.com/e-ou-nao-e/noticia/marielle-engravidou-aos-16-foi-casada-com-o-traficante-marcinho-vp-ignorava-as-mortes-de-policiais-nao-e-verdade.ghtml>>. Acesso em: 17/04/2018.

HOFF, Sigrid. **Biografia mostra Goebbels perturbado e em busca de reconhecimento.** Deutsche Welle/DW Made for minds. 2010. Disponível em: <<http://www.dw.com/pt-br/biografia-mostra-goebbels-perturbado-e-em-busca-de-reconhecimento/a-6290524>>. Acesso em: 17/11/2017.

MONITOR DO DEBATE POLÍTICO NO MEIO DIGITAL. 17/03/2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/monitordodebatepolitico/posts/1718972154830907>>. Acesso em: 17/04/2018.

MOTTA, Anaís. **“As fake news viraram um grande negócio”:** debate promovido por ÉPOCA e Aberje discute o fenômeno das notícias falsas e o papel da imprensa de coibir sua disseminação durante a cobertura das eleições 2018. Época. 2017. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/politica/noticia/2017/10/fake-news-iraram-um-grande-negocio.html>>. Acesso em: 17/11/2017.

MÜLLER, Luiz. **Os 11 princípios do ministro da propaganda nazista,** Joseph Goebbels. 2017. Disponível em: <<https://luizmuller.com/2017/02/04/os-11-principios-do-ministro-da-propaganda-nazista-joseph-goebbels/>> Acesso em: 17/11/2017.

NALON, Tai; CUNHA, Ana Rita. **Não, Marielle não foi casada com Marcinho VP, não engravidou aos 16 e não foi eleita pelo Comando Vermelho.** Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/nao-marielle-nao-foi-casada-com-marcinho-vp-nao-engravidou-aos-16-e-nao-foi-eleita-pelo-comando-vermelho>>. Acesso em: 17/04/2018.

SOUZA, Kennedy Anderson Cuspertino de; TESSAROLO, Felipe Maciel. **Fake News: ética e credibilidade jornalística em risco.** In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Curitiba, 2017.

UOL. **Mesmo após decisão judicial, vídeos com “fake news” sobre Marielle continuam disponíveis.** 2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2018/03/27/mesmo-apos-decisao-judicial-videos-com-fake-news-sobre-marielle-continuam-no-youtube.htm>. Acesso em: 17/04/2018.

VEJA. **Marcinho VP e Marielle: a verdade sobre o boato.** 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/me-engana-que-eu-posto/marcinho-vp-e-marielle-a-verdade-sobre-esse-boato/>. Acesso em 16/04/2018.

ZERO HORA. **Os robôs da guerra política virtual.** 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/tecnologia/noticia/2017/06/os-robos-da-guerra-politica-virtual-9829498.html>. Acesso em 17/04/2018