



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
PRO-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA LINGUAGEM**

ISTÁRLET KÉTILE SANTOS DE MELO

**A LINGUAGEM DAS *FAKE NEWS*: UM ESTUDO SOBRE O DISCURSO
DO PERÍODO ELEITORAL DE 2018**

**RECIFE,
2021**

ISTÁRLET KÉTILE SANTOS DE MELO

**A LINGUAGEM DAS *FAKE NEWS*: UM ESTUDO SOBRE O DISCURSO
DO PERÍODO ELEITORAL DE 2018**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito para a obtenção do título de Mestra em Linguística, tendo como área de concentração os Estudos Interdisciplinares da Linguagem.

Orientadora: Profa. Dra. Renata Barbosa Vicente

RECIFE,

2021

ISTÁRLET KÉTILE SANTOS DE MELO

**A LINGUAGEM DAS *FAKE NEWS*: UM ESTUDO SOBRE O DISCURSO
DO PERÍODO ELEITORAL DE 2018**

Dissertação de mestrado apresentada como requisito à obtenção do grau de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem da Universidade Federal Rural de Pernambuco, à seguinte banca examinadora:

Orientadora: _____

Profa. Dra. Renata Vicente Barbosa

Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem – UFRPE

Banca examinadora: _____

Prof. Dr. Iran Ferreira de Melo

Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem – UFRPE

Banca examinadora: _____

Profa. Dra. Cristina Lopomo Defendi

Instituto Federal de São Paulo – IFSP

Banca examinadora (Suplente) : _____

Prof. Dr. José Temistocles Ferreira Júnior

Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem – UFRPE

Banca examinadora (Suplente): _____

Profa. Dra. Maria Célia de Lima Hernandes

Universidade de São Paulo - USP

RECIFE,

2021

AGRADECIMENTOS

Em um primeiro momento, agradeço a Deus, que para mim se mostra no meu contato com o Universo e com tudo o que posso sentir que ultrapassa os limites da compreensão humana. Acredito que essa trajetória só foi permitida porque há uma força externa capaz de nos ajudar nos momentos em que mais precisamos.

Agradeço, em particular, à minha mãe, que sempre esteve presente nos momentos mais difíceis, e que, mesmo sem compreender meus objetivos, acreditou em mim e nos meus sonhos.

Agradeço ao meu pai, que mesmo não estando mais presente nesta terra, sinto que torce por mim onde quer que ele esteja e está presente em cada passo que eu dou.

Agradeço aos meus familiares, que são a terra onde tenho fincada as minhas raízes. Agradeço por sempre me mostrarem o que é ser um indivíduo ético, respeitável e otimista.

Agradeço ao meu companheiro Johnson, por sempre estar presente em todos os momentos, inclusive, quem com muita dedicação e carinho me ajudou a organizar todos os certificados para a seleção do mestrado, se estou hoje aqui, isso também se deve a todo o seu amor e empenho em me ver feliz.

Agradeço à minha orientadora, Profa. Dra. Renata Vicente Barbosa, pesquisadora e professora competente, que sempre se mostrou numa relação para além do profissionalismo, com acolhimento e paciência.

Agradeço aos meus amigos, em especial, aos amigos do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem (PROGEL) da UFRPE, que sempre estiveram presentes, compartilhando os momentos de alegria e também os difíceis.

Agradeço à Profa. Dra. Cristina Lopomo Defendi e ao Prof. Dr. Iran Ferreira de Melo por aceitarem compor a banca de qualificação, pelo tempo dedicado à leitura da dissertação e por toda contribuição que trarão a este trabalho em função de seus conhecimentos técnicos.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem (PROGEL) da UFRPE, por possibilitar a realização da pesquisa e também de minha formação acadêmica e intelectual, contribuindo para a formação de uma profissional crítica, atuante e inovadora.

Agradeço à Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), que sempre foi um lugar pelo qual tive muito apreço e carinho em toda a minha trajetória acadêmica.

RESUMO

A presente pesquisa surge da necessidade de compreender o fenômeno *fake news* a partir da constituição de seus aspectos linguísticos. Acreditamos que a divulgação de *fake news* nas redes sociais servem a determinados interesses políticos e ideológicos, principalmente se tratando de um processo eleitoral em curso. Pensando nisso, buscamos entender como se dá a compreensão das *fake news* na sociedade brasileira, levando em conta o discurso, a cognição e as relações de poder, sabendo que os leitores que entram em contato com esses discursos, nas redes sociais, dependendo do grau de informatividade ou de escolaridade, são influenciados por esse conteúdo. Nesse sentido, temos como objetivo geral compreender como se estruturam linguisticamente as *fake news* do período eleitoral brasileiro de 2018 para identificar as estratégias discursivas que corroboram com a manutenção das relações de poder na sociedade, além de ter uma relação com a confirmação de crenças pessoais e sua relação emocional, alinhados a uma perspectiva cognitivista de estudos da linguagem. Para isso, especificamente, objetivamos: i) Investigar a materialidade textual-discursiva das *fake news* e o seu estabelecimento enquanto um gênero; ii) Identificar como se estabelece a emoção e as relações de poder na construção das *fake news* do período eleitoral de 2018; iii) Analisar as *fake news* buscando identificar as estratégias discursivas implementadas que influenciaram o período eleitoral de 2018. Como aporte teórico principal da pesquisa, Linguística funcional em Martelotta (2008), da Análise Crítica do Discurso de abordagem sociocognitiva, tendo como elementares os estudos de van Dijk (2000, 2012, 2015, 2008b), e da Cognição, nos estudos de Maturana (2002) e Damásio (2009), Tomasello (1999). Objetivando cumprir metodologicamente a pesquisa, analisamos um *corpus* constituído por 106 *fake news* checadas pela Agência Lupa de agosto a outubro de 2018, relacionadas ao eixo político e etiquetadas como conteúdo falso pela agência. Como resultados alcançados, concluímos que as *fake news* realizam a comunicação de desinformações, além de promover as relações de poder a partir do acesso a determinados discursos, em que, na relação de construção e manutenção de uma rede de desinformação, existe o poder de influenciar e modificar posicionamentos, como o de votar em candidato x ou y, por exemplo.

PALAVRAS-CHAVE: *Fake news*. Discurso. Poder. Cognição.

ABSTRACT

This research arises from the need to understand the *fake news* phenomenon from the constitution of its linguistic aspects and its relationship with the political-social spectrum. We believe that the dissemination of *fake news* on social networks serves certain political and ideological interests, especially in the case of an ongoing electoral process. With that in mind, we seek to understand how the *fake news* reception process takes place in Brazilian society, taking into account discourse, cognition and power relations, knowing that readers who come into contact with these discourses on social networks, depending on degree of informativeness or education, are influenced by this content. In this sense, we have as a general objective to understand how *fake news* of the Brazilian electoral period of 2018 is constituted to identify the discursive strategies that corroborate the maintenance of power relations in society, in addition to having a relationship with the confirmation of personal beliefs and their emotional relationship, aligned to the cognitive proposal. For this, specifically, we will: i) Investigate the textual-discursive materiality of *fake news* on social networks and its establishment as a genre; ii) Identify how cognition and power relations are established in the construction of *fake news* of the 2018 electoral period; iii) Analyze *fake news* seeking to identify the discursive strategies implemented that influenced the electoral period of 2018. As the main theoretical contribution of the research, authors Martelotta (2008), van Dijk (2000, 2012, 2015, 2008b), Maturana (2002), Damásio (2009) and Tomasello (1999). In order to carry out the research methodologically, we analyzed a corpus made up of 106 *fake news* articles checked by Agência Lupa from August to October 2018, related to the political axis and labeled as fake content by the agency. As results achieved, we conclude that fake news communicates disinformation, in addition to promoting power relations based on access to certain discourses, in which, in the relationship of building and maintaining a disinformation network, there is the power to influence and modify positions, such as voting for candidate x or y, for example.

KEYWORDS: *Fake news*. Speech. Power. Cognition.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1 – INVESTIGANDO AS <i>FAKE NEWS</i>.....	16
1.1 Um panorama da origem das <i>Fake news</i> no mundo e no Brasil	16
1.2 Da definição do termo <i>Fake news</i>	22
1.3 As <i>Fake news</i> no Contexto das Eleições no Brasil em 2018.....	29
CAPÍTULO 2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS.....	35
2.1 A Linguística Funcional: o texto como resultado do contexto social	35
2.2 A Análise Crítica do Discurso: A Linguagem como Prática Social.....	40
2.2.1 Discurso, Texto e Cognição	46
2.3 A emoção, os co-específicos e as bolhas sociais.....	51
2.3.1. O conceito de gêneros textuais e as <i>fake news</i>	55
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA E LEVANTAMENTO DE DADOS	58
3.1 Aspectos Metodológicos	58
3.2 A coleta de dados	59
3.3 O tratamento do <i>corpus</i>	61
3.4 As Categorias de análise	63
CAPÍTULO 4. A ANÁLISE DAS <i>FAKE NEWS</i> DO PERÍODO ELEITORAL BRASILEIRO DE 2018	65
4.1 As Estratégias Discursivas das <i>Fake news</i>	65
4.1.1 Análise de Dados da Categoria <i>Fake news</i> como Página de Jornais.....	65
4.1.2 Análise de Dados da Categoria <i>Fake news</i> como Publicação nas Redes	87
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
REFERÊNCIAS	100
ANEXO.....	108

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – <i>Fake news</i> no Brasil sobre o preço do café.....	18
Figura 2 – Os 7 tipos de Má Informação e Desinformação.....	23
Figura 3 – A popularidade do termo <i>Fake news</i> no Brasil.....	28
Figura 4 – Características das <i>Fake news</i>	31
Figura 5 - Detecção Automática de Notícias Falsas.....	31
Figura 6 – <i>Fake news</i> Jair Bolsonaro.....	37
Figura 7 – Triângulo discurso-cognição-sociedade.....	41
Figura 8 – Esquema de Reprodução discursiva do Poder.....	43
Figura 9 – <i>Fake news</i> Suzane Von Richthofen.....	87
Figura 10 – <i>Fake news</i> Jair Bolsonaro Vote.....	90
Figura 11 – <i>Fake news</i> Pesquisa Record.....	91
Figura 12 – <i>Fake news</i> Foto de Carnaval.....	92
Figura 13 – <i>Fake news</i> Geraldo Alckmin	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Desordem Informacional.....	25
Quadro 2 - Resumo das definições abordadas sobre <i>Fake news</i>	28
Quadro 3 - Tipologias das Fake news.....	62
Quadro 4 - Comparação entre as informações acrescentadas à notícia original.....	78

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Quantitativa das <i>Fake news</i> - Tipologias.....	61
Tabela 2 – Frequência do subprincípio da quantidade.....	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Categorias das <i>Fake news</i> como Página de Jornais.....	84
Gráfico 2 – Categorias das <i>Fake news</i> como Publicação nas Redes.....	94

INTRODUÇÃO

As *fake news* aparecem na sociedade como um mistério e um sistema confuso de conceitos. Para a maioria da sociedade, tornou-se um vocábulo de lugar comum, atribuído aos mais diversos contextos na internet. Entretanto, a desinformação é complexa nestes espaços, e segundo Clarie Wardle (2017), é um verdadeiro ecossistema. Nesse sentido, o termo “*fake news*” está associado a conteúdos fabricados com a intenção de enganar, buscando simular a identidade de veículos jornalísticos profissionais para fingir credibilidade. Sua estreita relação de surgimento em diversos contextos políticos também nos faz pensar em como esse recurso tem se mostrado eficaz para modelar a opinião pública em razão de temas transversais a determinados discursos políticos, servindo para mobilizar parte do eleitorado de determinados candidatos, como Donald Trump e Jair Bolsonaro, por exemplo.

As redes sociais, por meio da *internet*, funcionam como espaços de sua produção e circulação, tendo em vista o progressivo uso desses canais como meio de comunicação e informação na sociedade contemporânea. Foi por meio da *internet* que esse fenômeno ficou mundialmente conhecido. Nesse sentido, o espaço das redes sociais, como o *Facebook*, o *Instagram*, o *WhatsApp* e o *Twitter*, concorrem com a transmissão de informações de veículos oficiais da imprensa e com as próprias *fake news*, formando um pano de fundo difuso entre o que é comprovadamente verdade e o que não é.

O termo *fake news* ganhou abrangência no período das eleições para presidente dos Estados Unidos, tendo como porta-voz o próprio Donald Trump, tido como popularizador do termo após acusar um jornalista da CNN de produzir *fake news*, em 2017. Relacionado às *fake news*, encontramos a expressão “pós-verdade”, também repercutida no período eleitoral, especificamente em 2016, que chega a ser, inclusive, dicionarizada pelo *Oxford Dictionaries* como palavra do ano, definida como “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”. Tal expressão expõe uma característica particular do fenômeno: a construção de verdades alternativas em contraposição às verdades institucionalizadas.

Em razão de checar a veracidade das informações, criou-se no jornalismo as agências de checagem de fatos, *Facts Checking*, como a Agência Lupa, a primeira agência especializada em *fact-checkin* do Brasil, utilizada como fonte para a coleta de dados desta pesquisa.

A questão aqui levantada é a necessidade de se investigar o que esses discursos em circulação revelam no contexto político brasileiro. Levando em consideração o que foi dito anteriormente, de acordo com van Dijk (2008b) “o acesso e o controle dos discursos podem ser

definidos tanto pelo contexto quanto pelas próprias estruturas de textos orais e escritos” (VAN DIJK, 2008b, p. 119).

Entender as *fake news* é compreender o discurso como um elemento de vida social que está intimamente interligada com outros elementos. (FAIRCLOUGH, 2003a). Nesse sentido, as *fake news* realizam um trabalho ideológico e são um produto do discurso enquanto prática social vinculada a determinadas estruturas sociais, a determinadas relações de poder, a determinados interesses, levando ainda em consideração recortes de classe, de gênero, de raça, já que o discurso é histórico e constitui a sociedade e sua cultura. (FAIRCLOUGH; WODAK, 1997). Assim, o discurso é tido como parte da prática, conectado a elementos como as relações sociais, a ação e a interação, as pessoas, as crenças, os valores, entre outros. (CHOULIARAKI e FAIRCLOUGH, 1999).

Essa abordagem se constitui como um tema de relevância para a compreensão do fenômeno, tendo em vista que há poucos trabalhos em que se analisa a constituição dos aspectos linguísticos das *fake news* e sua relação com o espectro político-social.

A eleição de 2018 teve uma grande difusão de *fake news* nas campanhas presidenciais, sendo motivo de preocupação no andamento do processo eleitoral. Numa matéria divulgada pela Agência Brasil EBC de comunicação, o consultor em direitos digitais citado, Danilo Doneda, relata que as redes sociais e a disseminação de notícias falsas tiveram maior relevância do que se esperava. E, de acordo com o pesquisador Marco Konopacki, outro fator interessante no uso das redes sociais no Brasil foi a migração do uso de plataformas públicas, ou semi-públicas, como *Facebook* e *Twitter*, para a rede social do *WhatsApp*, não ocorrendo em outros países. Além disso, uma pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos que consultou 19,2 mil pessoas em 27 países no ano de 2018 identificou que os brasileiros são os que mais acreditam em *fake news*, assumindo o primeiro lugar com um total 62%, seguido da Arábia Saudita e da Coreia do Sul, ambos com 58%; do Peru e da Espanha, com 57%; da China, com 56% e da Índia, com 55%.

Sabemos que a divulgação de *fake news* nas redes sociais servem a determinados interesses políticos e ideológicos, principalmente se tratando de um processo eleitoral em curso. Os leitores que entram em contato com esses discursos, nas redes sociais, dependendo do grau de acesso à informação de qualidade ou da escolaridade, são influenciados por esse conteúdo. Há que se considerar um outro aspecto: a relação com a confirmação das crenças pessoais e o caráter emocional, principalmente em um momento político brasileiro como o de 2018. Essas duas características também se impõem no momento da recepção das *fake news* pelos

leitores/eleitores, que, mesmo com alto grau de escolaridade, podem ser levados a acreditar nas informações falsas.

Mediante as considerações e questionamentos apresentados, também afirmamos que as estratégias discursivas utilizadas na construção das *fake news* no período eleitoral brasileiro de 2018 foram utilizadas para definir a opinião pública em relação ao pleito eleitoral, atenuando e corroborando com a propaganda política e os discursos políticos em voga no período, ampliando, nesse sentido, por meio das redes sociais, o poder de alcance e influência para o recrutamento de possíveis eleitores. Sabemos que “os usuários de uma língua, enquanto atores sociais, possuem cognição tanto pessoal quanto social” (VAN DIJK, 2008b) e que isso significa um conjunto de memórias, conhecimentos e opiniões compartilhados em grupos ou na cultura como um todo, influenciando a interação e os próprios discursos.

Nesse sentido, preocupados em entender como essa prática discursiva se estabelece na sociedade, temos como objetivo geral compreender como se constituem as *fake news* do período eleitoral brasileiro de 2018 para identificar as estratégias discursivas que corroboram com a manutenção das relações de poder na sociedade. Para isso, especificamente, iremos: i) Investigar a materialidade textual-discursiva das *fake news* e o seu estabelecimento enquanto um gênero; ii) Identificar como se estabelece a emoção e as relações de poder na construção das *fake news* do período eleitoral de 2018; iii) Analisar as *fake news* buscando identificar as estratégias discursivas implementadas que influenciaram o período eleitoral de 2018.

Para isso, teremos como base teórica para a pesquisa a Análise Crítica do Discurso, os estudos sobre Cognição e a Linguística Textual, ambas de perspectiva sociocognitiva. A Análise Crítica do Discurso (ACD) possibilitará, por ser transdisciplinar, uma análise além dos aspectos linguísticos, direcionando um olhar crítico sobre a linguagem, evidenciando os problemas sociais e políticos, como o poder potencializado pelos discursos. A utilização da Linguística Textual se dará em razão de tomar o texto como uma unidade comunicativa constituída social, cognitiva e culturalmente.

Além dessas duas abordagens, também nos debruçaremos a respeito dos aspectos inerentes ao gênero, tendo em vista que todos nós interagimos em sociedade e “toda a manifestação verbal se dá sempre por meio de textos realizados por algum gênero” (MARCUSCHI, 2008, p. 154). Nesse sentido, o questionamento de como determinar o gênero específico das *fake news* surge como um ponto principal para entender o seu funcionamento enquanto prática discursiva vinculada ao seu contexto sócio-histórico.

O *corpus* analisado é constituído por cento e seis *fake news* checadas e analisadas pela Agência Lupa no período de agosto a outubro de 2018, etiquetadas pela *hashtag* #Verificadas

e relacionadas ao contexto político selecionado. O material foi coletado do dia 02 de agosto a 28 de outubro de 2018, buscando observar como a prática discursiva das *fake news* foi estabelecida antes e após as eleições. Delimitamos o período da coleta de dados dois meses antes do período das eleições (agosto e setembro) para observar o que estava em questão nos discursos e também o mês de outubro, destinado às eleições.

A metodologia aplicada a nossa pesquisa compreende um caráter analítico-qualitativo, pois procuramos compreender em que medida essa prática discursiva pôde influenciar os resultados das eleições, a partir de aparatos discursivos para a formação da opinião pública. Porém, na pesquisa também se faz presente alguns dados quantitativos para a composição das análises, quando pertinentes.

Os procedimentos destinados às análises estão estabelecidos a partir das seguintes etapas:

- 1) Seleção do *corpus* da pesquisa, que é constituído por sessenta e oito *fake news*. Essas *fake news* foram selecionadas levando em consideração os conteúdos cuja temática se voltasse para a eleição para presidente;
- 2) Observação e categorização do *corpus* da pesquisa. Nessa etapa, realizamos uma investigação detalhada de cada uma das *fake news* disponibilizadas;
- 3) Identificação dos elementos textuais para, posteriormente, enquadrá-las quanto ao gênero textual.

Após isso, com a identificação da estrutura e da combinação do gênero textual, realizamos a triagem dos dados da pesquisa e, por fim, a análise dos dados.

A fim de dar conta desta pesquisa, organizamos esta dissertação em 4 capítulos:

Capítulo 1: Exposição das questões referentes à investigação da *fake news*, em relação a sua origem e ao seu conceito, assim como as *fake news* no contexto brasileiro.

Capítulo 2: Apresentação das concepções teóricas pertinentes à Análise Crítica do Discurso de perspectiva sociocognitiva, à Linguística Funcional, à Cognição e ao Poder, no que se refere à concepção de linguagem, discurso, texto, poder, ideologia e cognição. Ainda nessa seção, será apresentada a abordagem voltada para a teoria dos gêneros, aos gêneros digitais, ao hipertexto e às redes sociais como suporte do gênero *fake news*.

Capítulo 3: Nesta seção serão apresentados os aspectos relacionados à metodologia, o que inclui a coleta de dados, o *corpus*, a delimitação do objeto, a composição e o tratamento dos dados.

Capítulo 4: Em que serão apresentadas as análises e os resultados obtidos a partir da investigação dos dados da pesquisa, além de aspectos pertinentes às características identificadas através das análises.

Assim, mediante apresentação das seções desta dissertação, a seguir daremos início ao primeiro capítulo.

CAPÍTULO 1 – INVESTIGANDO AS *FAKE NEWS*

1.1 Um panorama da origem das *Fake news* no mundo e no Brasil

Podemos traçar uma possível origem do fenômeno fake news levando em consideração o artigo *The True History of Fake news*¹, de Robert Darntan (2017). No artigo, o autor aponta que, no século VI d.C., já havia indícios da utilização de notícias falsas com a intenção de manchar a reputação de pessoas conhecidas, como fez o próprio historiador bizantino Procópio, que produziu informações dúbias, conhecidas como *Anecdota*, para manchar a reputação do imperador Justiniano.

Outro personagem apontado por Darntan é o Pietro Arentino, que tentou manipular a eleição pontifícia de 1522, escrevendo sonetos cruéis sobre todos os candidatos, menos a Medici. Pietro colou os sonetos para que o público admirasse em um busto de Pasquino, próximo da Piazza Navoa, em Roma. Depois desse acontecimento, o gênero “Pasquinada” se originou com o objetivo de difundir notícias desagradáveis, a maioria falsas, sobre figuras públicas. Ainda segundo o autor, mesmo que as *Pasquinades* nunca tenham desaparecido, elas foram substituídas no século XVII por outro gênero, considerado mais popular, o *Canard*, que era uma espécie de notícias falsas vendidas nas ruas de Paris.

Esses *Canards* eram impressos e, às vezes, utilizavam gravuras para atrair as pessoas. O autor aponta que, durante o período da Revolução Francesa, o rosto de Maria Antonieta foi utilizado em uma *Canard*, sendo usada como propaganda política intencionalmente falsa, contribuindo para o ódio à rainha. Algo interessante, apontado por Darntan, é um jornal parisiense atual, especializado em sugestões políticas, chamado de *Carnad Enchainé*, fazendo uma referência direta aos *Canards*, sendo traduzido como “Nenhuma notícia falsa”.

Sobre a produção de trechos de notícias falsas, semi-falsas e verdadeiras, porém comprometedoras, elas atingiram o seu pico no século XVIII em Londres, segundo Darntan, quando os jornais começaram a circular entre um maior número de pessoas. Nesse período, especificamente em 1788, Londres tinha dez diários, oito jornais quinzenais e nove semanais, e as histórias eram escritas em apenas um parágrafo. Os “Parágrafos” (como eram conhecidos os escritores de parágrafos) captavam fofocas em cafés, rabiscavam algumas frases em um pedaço de papel e entregavam o texto aos editores de impressoras, que colocavam no próximo

¹ *A Verdadeira História da Fake News*, em tradução livre.

espaço disponível de uma coluna do tipo. Alguns desses homens receberam pagamento, alguns não recebiam nada e apenas manipulavam a opinião pública a favor ou contra uma figura pública, uma peça ou um livro.

Na França, algo parecido era realizado pelos *Nouvellistes*, em 1789. Cumpriam a mesma função que os homens parágrafos, de uma forma peculiar. Eles também ouviam as “notícias” em diferentes espaços de fofocas, escreviam as informações mais recentes em pedaços de papel e os deixavam em bancos para que outras pessoas descobrissem. Houve um que se tornou o mais vendido desse gênero, *Le Gazetier Cuirassé, ou Anecdotes Scandaleuses de la Cour de France*, de Charles Théveneau de Morande, e, embora suas notícias fossem francesas, era produzido em Londres. Um exemplo de um dos parágrafos produzidos sobre figuras públicas: “Diz-se que o cura de Saint Eustache foi surpreendido em flagrante delicto com a diaconisa das Damas da Caridade de sua paróquia - o que seria uma grande honra para eles, pois ambos estão em oitenta²” (MORANDE, 1771, p. 59).

Segundo Darntan (2017), os boatos mentirosos que circulavam em forma de canções e poemas podem ser equiparados aos *tweets* de hoje, transformando drasticamente o cenário político, como bem exemplifica o autor em relação ao que aconteceu com o ministério do conde Maurepas, em 1749. Como não estabelecer uma relação com o compartilhamento em massa das *fake news* no processo atual das redes sociais? Atualmente, não precisa guardar um rabisco no bolso ou deixar em algum lugar para que o próximo veja, pois a *internet* e as redes sociais fazem esse papel de multiplicação e reprodução de uma notícia falsa.

Jacob Soll (2016), em seu artigo “The Long and Brutal History of *Fake news*”, informa que as *fake news* não são um fenômeno novo, passando a existir desde que a notícia se tornou um conceito com a invenção da imprensa. O autor afirma que desde o início, as *fake news* tendem a ser sensacionalistas e extremas, com objetivo de inflamar paixões e preconceitos e também, violência. A exemplo disso, cita a propaganda nazista, que tinha os mesmos tipos de histórias falsas sobre o ritual judaico de beber sangue de crianças.

Sobre o aparecimento das notícias falsas, Soll informa que as *fake news* começaram a circular depois que Johannes Gutenberg inventou a imprensa em 1439. Nesse período, as notícias “reais” eram difíceis de serem verificadas na época, tendo em vista as muitas fontes de informação, desde publicações oficiais de autoridades políticas a relatos de testemunhas de marinheiros e mercadores, em que não havia estabelecido um conceito de ética jornalística ou também de objetividade. Conforme a imprensa se expandia, as notícias falsas ganhavam espaço,

² Tradução da autora.

surgindo histórias de bruxas e de monstros marinhos, além de afirmações de que os pecadores eram responsáveis por desastres naturais. Em 1755, um terremoto em Lisboa foi o motim para que a igreja e as autoridades europeias apontassem a causa do desastre natural a uma punição contra os pecadores, criando várias notícias falsas de cunho religioso.

Em meados de 1800, o autor relata que as notícias falsas apareceram em torno das questões raciais. Os preconceitos raciais dos norte-americanos foram propulsores de produção de notícias falsas, desde histórias de que afro-americanos se tornavam brancos espontaneamente a notícias falsas de supostos crimes e levantes cometidos por escravizados. Tudo isso levou a se instaurar forte violência contra os afro-americanos. No século XIX, com os jornais modernos, a divulgação de furos e denúncias, além de histórias falsas fazem parte do quadro geral para o aumento da circulação dos jornais. Na Era de Ouro do jornalismo, de 1890 a 1920, o *yellow journalism* entra em cena, período em que a produção jornalística foi fortemente sensacionalista para a aquisição de audiência. Com isso, fazia-se a divulgação de histórias falsas, a fim de vender mais jornais. O autor relata um episódio da década de 1890, em que William Rodolph Hearst, um plutocrata, manipula uma informação em seu jornal *Morning Journal* para ajudar a desatar a Guerra Hispano-americana.

Sabemos que a mentira, a calúnia e a desinformação existem há muito tempo, isso é fato. Mas o atual problema das *fake news* se configura a partir de novos artefatos tecnológicos e novos contextos sociais, em que as informações são rapidamente disseminadas, atingindo um grande público.

Em relação à aparição do que se pode considerar como uma espécie de indícios das *fake news* aqui no Brasil, em uma edição do O GLOBO de 1930, consultada a partir do seu acervo, verificamos que informações falsas chegaram a interferir na cotação do café, por terem gerado especulações negativas. Precisamente, em 25 de junho de 1936, a informação falsa era de que o Departamento Nacional do Café havia entregado uma quantidade alta do produto ao Porto de Santos, em São Paulo, para ser vendida em Nova York e que a quota de equilíbrio seria modificada. Em consulta ao acervo do jornal O GLOBO, pôde-se identificar a edição digitalizada tratando do tema:

Figura 1 – Fake news no Brasil sobre o preço do café

<p>A especulação em torno do café</p> <p>Notícias falsas enviadas do Brasil para fazer baixar os preços em Nova York</p> <p>O mercado do café, em consequência da super-produção, é um dos mais sensíveis que se conhecem. Qualquer facto anormal ou qualquer notícia o abala profundamente. Dahi, as facilidades que têm os especuladores em "manobrar" o mercado de accordo com os seus interesses immediatos, embora sejam prejudicados, como quasi sempre succede, os altos interesses do Brasil, e, em particular, os da lavoura cafeeira.</p> <p>Sabe-se agora na praça, preocupada com as oscillações inexplicáveis de preços verificadas aqui e no exterior que têm sido enviadas, ultimamente, para Nova York, noticias falsas quanto ás directrices da politica cafeeira. Uma del-as dizia que o D. N. C. havia entregue directamente grande parтия de café a uma firma de Santos para o vender em Nova York. Essa informação falsa provocou a baixa, só em um dia, de mais de vinte pontos no preço do café. Desmentida a noticia, logo outra falsidade surgiu a "Quota de equipilario" seria profunda-</p>	<p>Departamento Nacional do Café</p> <p>COMMUNICADO N.º 6/143</p> <p>Levamos ao conhecimento dos interessados que o Departamento não receberá, em hypothese alguma, a quota compulsoria DNC de 1938/1987 em saccos que não sejam os communmente usados para café (tipo official). Só será permitida a tolerancia de que trata o Item 4.º do Communicação n. 6/138, de 30 de corrente.</p> <p>Rio de Janeiro, 24 de Julho de 1966.</p> <p>SOUZA BELLO — Presidente.</p>
<p>Offensiva geral contra os açambarcadores!</p> <p>A Prefeitura intervirá no commercio de generos do Rio e o Governo Federal lutará contra a alta em todo o paiz</p> <p>Fala ao GLOBO o vereador Attila Soares</p> <p>A alta dos preços de primeira necessidade chegou a um ponto que não pôde ser ultrapassado. E muita gente começa a viver-se de arroz de feijão de carne e de batata, porque não é possível adquirir alimento a preço de portunhos mortos. Felicitando o governo contra as queixas de povo asportado pelos preços fabulosos. E vai intervir na questão impuzando a lei de segurança e enquadrando no Código Penal que amesquidado de uma população.</p> <p>O governo vai intervir em tempo. Porque o problema não se resolve apenas numa questão de alta e baixa. Havendo, também, o interesse nacional, diferenciado produzido pela subalimentação do povo, que, faminto e doente, não pôde produzir.</p> <p>Um golpe nos açambarcadores</p> <p>O vereador Attila Soares apresentou, na Câmara Municipal, um projecto que visa melhorar a situação dos preços de primeira necessidade.</p>	<p>Sob o céu do Brasil a imagem da padroeira da Argentina</p> <p>Expressiva offerta dos catholicos argentinos aos catholicos brasileiros</p> <p>Chegou, hoje, a delegação portadora da imagem da Virgem de Lujan</p> <p>Numa missão de cordal sentimento e de expressivo affetto ao Rio, chegou, hoje, uma delegação de três argentinos. Composta dos membros Daniel Foguero, vindo de Buenos Aires, e Andrés Calzavara, exerceño do consilio argentino e padre Francisco Suarez e Leon Stacard e Esp. foi portadora da sagrada imagem da Virgem de Lujan, além do entral e da nossa autoridade eclesiastica.</p> <p>A Virgem de Lujan é a padroeira da Argentina e o é também do Uruguay e Paraguay. Pelos povos deusa medea é venerada e culto é seu culto.</p> <p>Governos e catholicos argentinos reconheceram sua reconhecimento pela offerta que lhes fizeram os catholicos brasileiros de uma imagem de M. B. de Aparecida.</p> <p>E, assim, a magnifica lembrança de oferecer aos brasileiros uma belissima imagem da Virgem que é a padroeira da Argentina.</p> <p>Os pedreiros illustres que tão grata homenagem receberam de trazer a imagem de Virgem de Lujan...</p>

Fonte: Acervo O GLOBO (2017).

Um outro momento chama bastante atenção, em que um suposto deslizamento de terra tinha sido a causa de pânico dos moradores da cidade de Cubatão, na região interiorana de São Paulo em 1985. O “boato” foi transmitido pela Rádio Universidade de São Paulo e chegou a mobilizar órgãos como bombeiros e polícias civil e militar, incluindo voluntários. Algo bem parecido ao que ocorrera antes, em 1975, em Recife, em que moradores também entraram em pânico com o boato de que a barragem de Tapacurá havia transbordado, e que ressurgiu 36 anos depois, em 5 de maio de 2011, sendo intensificado pelo uso da internet. O boato modificou a rotina de toda a cidade, tendo escolas, universidades, escritórios e lojas fechados, é o que relata Homero Fonseca, em seu livro *Tapacurá: Viagem ao Planeta dos Boatos*. O autor afirma que “Até o boato ‘Tapacurá estourou’ foi repetido literalmente, em especial nos espaços virtuais da internet e pelas ondas da telefonia celular – aparatos tecnológicos não existentes no surto de pânico de julho de 1975” (FONSECA, 2015, p. 184-185).

Como foi visto anteriormente, a questão das notícias falsas não é nova no cenário brasileiro. Algo que também marca essa onda de inverdades foi o episódio conhecido como “bolinha de papel” em 2010, como pode ser verificado no portal G1³. Na época, José Serra, então candidato do PSDB à presidência tinha sido atingido por um objeto na cabeça durante uma caminhada com correligionários, quando a caminhada chegou perto de apoiadores do PT

³ Disponível em: <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/serra-e-atingido-na-cabeca-durante-caminhada-no-rio-de-janeiro.html>. Acesso em: 11 set. 2020.

na época. Após esse acontecimento, uma série de matérias, reportagens, divulgou o incidente de forma muito desconstruída, até perito foi contratado para analisar o ocorrido. O objeto chegou a ser descrito de “fita crepe” a “objeto contundente”, e até relatos de ter sido um “cabo de vassoura”, quando na verdade José Serra tinha sido atingido com uma bolinha de papel.

Um outro caso, ainda mais grave ocorreu em maio de 2014. Uma notícia publicada pelo portal G1⁴ informa que a dona de casa Fabiane Maria de Jesus morreu depois de ser espancada por vários moradores do Guarujá, em São Paulo, após um boato que afirmava que a dona de casa sequestrava crianças para realizar rituais de magia negra. Algo bem parecido ao que ocorreu em 2018 na Índia. Em matérias publicadas pelo site Época e R7⁵, duas pessoas foram vítimas de linchamento, levando à morte, após serem confundidos com sequestradores na cidade de Guwahati, depois da divulgação de um suposto vídeo em que dois homens aparentemente sequestram duas crianças. Na verdade, o vídeo era uma propaganda feita no Paquistão em favor da proteção das crianças.

Levando em consideração o que é relatado anteriormente, boato e *fake news* significam a mesma coisa? Qual a relação entre os dois fenômenos? Será que há uma relação de derivação entre os dois acontecimentos? No dicionário de Língua Portuguesa Aulete Digital, a palavra boato possui o seguinte significado: “notícia, novidade, que circula no público, sem autor conhecido que a autentique”.

Já no dicionário Priberam, também digital, a palavra é definida como uma “notícia anônima e não confirmada, que é divulgada no domínio público”, que tem como sinônimo a palavra “rumor”. Diferentemente dessas definições, as *fake news* vão além de ser uma notícia anônima e não confirmada, vão além de uma simples notícia falsa, tendo em vista que informações sensacionalistas e infundadas já compõem a imprensa desde o início, como pode ser verificado na matéria do jornal O GLOBO acima. A *fake news*, inclusive, vai além até da palavra notícia, visto que não se trata de uma notícia em seus termos estruturantes do meio jornalístico⁶, as *fake news* ocupam um lugar na sociedade de forma mais significativa, apesar do uso corriqueiro que tenha se atribuído à definição atualmente.

As *fake news* se enquadram como fabricação e também manipulação de conteúdo para um fim específico, possuem uma intencionalidade específica, estão associadas a determinados

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>. Acesso em: 12 set. 2020.

⁵ Matérias disponíveis na íntegra em: <https://epoca.globo.com/Analise/noticia/2018/07/correntes-falsas-de-whatsapp-provocam-linchamentos-e-mortes-na-india.html> e <https://noticias.r7.com/internacional/india-tem-onda-de-linchamentos-causados-por-fake-news-17072018>. Acesso: 12 set. 2020.

⁶ Segundo Santos, Riche e Teixeira (2013, p. 137) os elementos estruturantes da notícia são Manchete, Título, Subtítulo, Lide, Intertítulo e Corpo do texto.

grupos sociais e a determinadas relações de poder, embora também tenham relação com a questão da mobilização social mediante uma situação de desestabilização emocional, como o boato de Tapacurá. Essa desestabilização pode ser verificada em um período eleitoral, por exemplo. A escolha de um presidente da república é um momento muito importante em que vários elementos estão presentes, como a identificação de valores, tendo em vista que a questão da política é vista no Brasil ainda como algo muito pessoal, como uma partida de jogo, em que se torce contra ou a favor, levando em consideração a identificação do candidato com as crenças pessoais. As eleições presidenciais de 2018 tiveram um alto índice de polarização e discurso de ódio, elementos que configuram um período de desestabilização emocional, o que motivou a crença em tantas *fake news*. Vale destacar que nas *fake news* não há uma reformulação depois de comprovado os fatos por parte de quem as divulgou ou as publicou, elas são construídas e são produtos acabados, destinados ao apelo social. Vale destacar também a questão da desinformação e da mentira.

A desinformação é um ato de informar mal, enganar, suprimir uma informação, atos que agridem definitivamente o direito à informação e à comunicação e compromete a própria democracia. A desinformação pode estar presente em matérias sensacionalistas da mídia, em notícias mal formuladas, algo como o caso de José Serra, em 2010. A mentira entra em campo como um conceito que abarca o engano proposital, a falsidade, a história falsa. Esses conceitos podem ser aplicados para melhor entender as *fake news*, pois, como mentiras fabricadas, elas agridem firmemente o direito à informação, fazendo com que a desinformação encontre também espaço em sua definição.

Quando a mentira é construída e ancorada por suportes das mídias sociais para direcionar a opinião pública sobre determinado assunto, isso está intimamente ligado ao aspecto da desinformação, pois a informação fabricada, manipulada ou descontextualizada agride o direito à informação.

Em seu livro *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*, Matthew D'Ancona (2018) considera que há uma crise nas fontes tradicionais de informação, abrindo espaço para uma verdadeira indústria de desinformação, que têm nas *fake news* a concretização de seus objetivos. Segundo o autor, essa crise está relacionada ao fenômeno da pós-verdade, em que os fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que os apelos às emoções e às crenças pessoais (cognição e emoção).

Na seção a seguir, as questões acerca do conceito de *fake news*, tanto da etimologia da palavra quanto sobre uma definição mais perene acerca dos significados atribuídos socialmente serão esboçadas para maior aprofundamento sobre o fenômeno.

1.2 Da definição do termo *Fake news*

O termo *fake news* tem origem na língua inglesa e uma tradução literal para o português seria “notícias falsas”. Há inúmeras definições para a expressão. Em consulta a alguns dicionários, observou-se no *Oxford Learner’s Dictionaries* que a palavra *fake news* é definida por “Relatórios falsos de eventos, escritos e lidos em sites”⁷. No *Collins Dictionary*, a expressão surge como a palavra do ano em 2017 e é definida por “informações falsas, geralmente sensacionalistas, divulgadas sob o disfarce de reportagens”. Por fim, no *Cambridge Dictionary* é definida como “histórias falsas que parecem notícias, divulgadas na Internet ou usando outras mídias, geralmente criadas para influenciar opiniões políticas ou como uma piada”.

No entanto, o *Merriam-Webster*, um dicionário *on-line* de língua inglesa, que tem sua origem dos dicionários editados por Noah Webster desde o século XIX, em um artigo *on-line* intitulado “The Real Story of 'Fake news'”, não define o termo *fake news*, alegando que se trata de um substantivo composto autoexplicativo, pois é uma combinação de duas palavras já bem conhecidas, que quando usadas juntas, produzem o significado de notícias falsas veiculadas em jornais.⁸

Ainda de acordo com o dicionário, o termo *fake news* é frequentemente utilizado para citar uma história política que é vista como prejudicial a uma agência, entidade ou pessoa, mas o termo não é restrito à política e parece estar relacionada a notícias gerais. O dicionário também informa que a questão da *disseminação* e notícias *espúrias* não é uma novidade, mas o termo *fake news*, sim, levando em consideração o sentido amplo do termo e apesar de pontuar que o uso generalizado das *fake news* parecem ter origem no séc. XIX, argumenta que uma das razões para o termo *fake news* ter sido uma adição recente ao vocabulário de língua inglesa é que a palavra *fake* também é relativamente nova. A palavra *fake* era pouco usada como adjetivo antes do final do século XVIII, e quando as pessoas queriam indicar que os jornais estavam mentindo, elas utilizavam o termo *false news*, o que já era utilizado desde o século XVI. Finalmente, o dicionário pontua que uma maneira da expressão entrar no dicionário seria assumir um significado específico e frequentemente usado que fosse independente do significado de falso e de notícia.

⁷ Tradução das autoras.

⁸ “The reason *fake news* is unlikely to be entered in our dictionary anytime soon is that it is a self-explanatory compound noun — a combination of two distinct words, both well known, which when used in combination yield an easily understood meaning. *Fake news* is, quite simply, news (“material reported in a newspaper or news periodical or on a newscast”) that is *fake* (“false, counterfeit”).” Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. Acesso em: 09 set. 2020.

Sobre a definição da expressão *fake news*, a jornalista Claire Wardle (2017), no artigo *Fake news. It's complicated*, aborda que há dificuldade em defini-la por *não se tratar apenas de notícias*⁹, e, sim, de todo um ecossistema completo de informação. Segundo a autora, o termo *fake* não chega a descrever a complexidade dos diferentes tipos de *misinformation*/má informação (difusão involuntária de informação falsa) e a *disinformation*/desinformação (criação e difusão deliberada de informação que se sabe ser falsa).¹⁰ A autora afirma:

O termo “*fake news*” (notícia falsa) não é nem o começo de tudo isso. A maior parte desse conteúdo nem é falso; muitas vezes é verdadeiro, usado fora de contexto e armado por pessoas que sabem que falsidades baseadas em um núcleo de verdade têm mais probabilidade de serem tomadas como verdade e compartilhadas. Além disso, a maior parte disso não pode ser descrita como “notícia”. São rumores à moda antiga, memes, vídeos manipulados, “anúncios micro-localizados” hipersegmentados e fotos antigas compartilhadas novamente como se fossem novas (WARDLE, 2020, p. 8).

Para Claire, o uso do termo “*fake news*” não captura essa nova realidade, o que ela destaca como motivo pra não utilizar o termo. Uma outra situação de inadequação de uso da expressão “*fake news*”, segundo ela é a maneira como o termo tem sido utilizado por políticos em todos os países, com o objetivo de desacreditar e atacar o jornalismo, tal qual fez Trump, no início de sua popularização, tal qual faz os outros políticos pelo mundo, seguindo o exemplo. Segundo a autora, o termo atualmente é usado quase sem sentido.

Para entender o ecossistema da desinformação que a autora defende é necessário decompô-la em três elementos: (i) observar os diferentes tipos de conteúdo que se cria e se difunde; (ii) analisar as motivações de quem cria este conteúdo e (iii) verificar de que maneira se divulga este conteúdo. (WARDLE, 2017). Segundo a autora, antes das redes sociais, a tentativa de influenciar a opinião pública se dava de “um para muitos”, mas, agora, as redes sociais permitem que diferentes conteúdos produzidos por diferentes entidades sejam direcionados a usuários tendo maior probabilidade desses mesmos usuários aceitarem e compartilharem uma mensagem específica.

Para Claire, há sete tipos distintos no ecossistema da desinformação: Sátira ou paródia, Conteúdo enganoso, Conteúdo impostor, Conteúdo fabricado, Conexão falsa, Contexto falso e Conteúdo manipulado. A autora propõe, então, o seguinte quadro:

Figura 2 – Os 7 tipos de Má Informação e Desinformação

⁹ Grifo nosso.

¹⁰ Tradução das autoras de “*The reason we’re struggling with a replacement is because this is about more than news, it’s about the entire information ecosystem. And the term fake doesn’t begin to describe the complexity of the different types of misinformation (the inadvertent sharing of false information) and disinformation (the deliberate creation and sharing of information known to be false)*”.



Fonte: First Draft (2017).

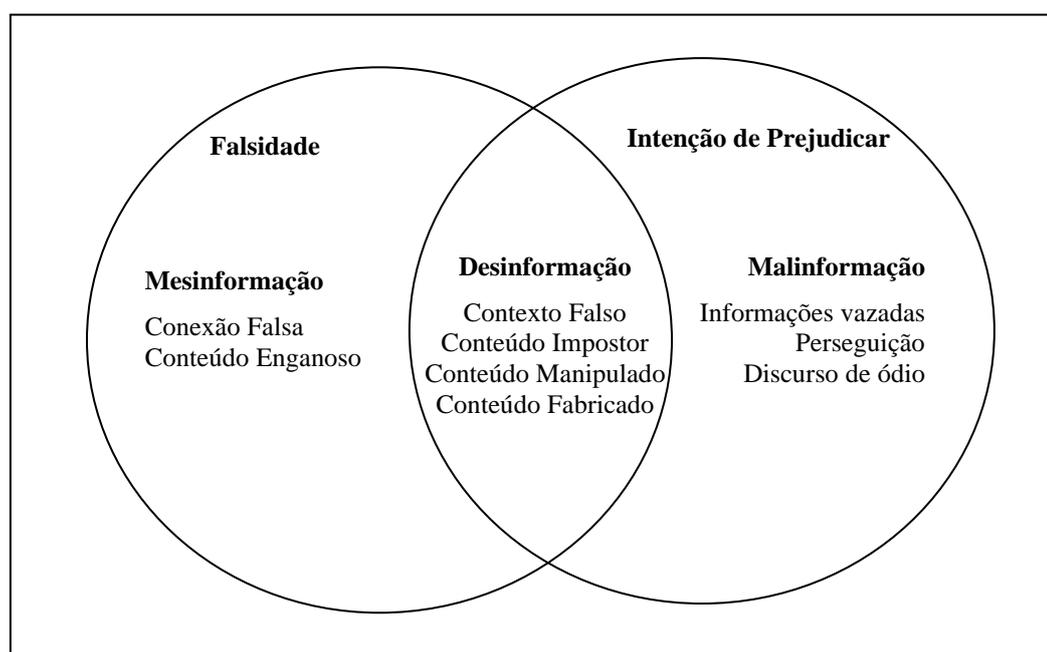
Conforme quadro acima, a autora expõe que os conceitos se estabilizam em uma escala que mede a intenção de enganar. De acordo com a autora, quanto mais próximo o conteúdo está da sátira ou da paródia, menor a pretensão de causar danos, mesmo tendo potencial de enganar alguém que não tenha o conhecimento do gênero. Isso pode ser verificado com o direcionamento da seta. O tipo de conteúdo categorizado como **Sátira ou Paródia** é caracterizado como algo que não pretende causar danos, mas que tem potencial para enganar. Podemos verificar esse tipo de conteúdo no noticiário satírico brasileiro *Sensacionalista*. O tipo **Conteúdo enganoso** se refere ao uso enganoso de informações para incriminar alguém ou algo. O **Conteúdo impostor** se refere a quando fontes genuínas são forjadas com conteúdo falso. O **Conteúdo fabricado** se refere a um conteúdo predominantemente falso, projetado para enganar e prejudicar alguém. Sobre a **Conexão falsa**, se refere a manchetes, imagens ou legendas que não confirmam o conteúdo. O **Contexto falso** se refere a um conteúdo genuíno que se difunde com a informação de contexto falsa e, por último, o tipo **Conteúdo Manipulado**, em que a informação ou imagens genuínas são manipuladas para enganar.¹¹

Para a autora, dentre todas as categorias, as Conteúdo Enganoso, Conteúdo Manipulado e Conteúdo Fabricado se enquadram no que ela define como “des-information”, que seriam, especificamente, as notícias falsas com o propósito de prejudicar. Essa definição remonta do documento *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and*

¹¹ Tradução da autora.

policy making para o Council of Europe, em 2017, em que a autora define três categorias: *Mis-information*, *Mal-information* e *De-sinformation*. A *Mi-sinformation*, que ocorre quando a notícia falsa não é criada com o intuito de causar danos, e, sim, causada por erros acidentais, como datas erradas, por exemplo, ou quando as sátiras são levadas a sério. A *Mal-information* são definidas por publicações verdadeiras com intuito de causar danos. E, por último, a categoria *De-sinformation*, que surge da intersecção entre *Mi-sinformation* e *Mal-information*. Essas três categorias estão dispostas em um diagrama, que pode ser visto a seguir:

Quadro 1 – Desordem Informacional¹²



Fonte: as autoras (2021).

Em relação à definição da expressão em Língua Portuguesa, o termo *fake news* já se encontra em um dicionário *on-line* de língua portuguesa, o *Dicio*, que pontua a expressão como estrangeirismo e a define como “Notícias falsas; quaisquer notícias e informações falsas ou mentirosas que são compartilhadas como se fossem reais e verdadeiras, divulgadas em contextos virtuais, especialmente em redes sociais ou em aplicativos para compartilhamento de mensagens”. Já no site *Wikipedia*, a maior enciclopédia colaborativa do mundo, tem a seguinte

¹² Tradução da autora com a ajuda do *Guia Essencial da First Draft para Entender a desordem informacional*, publicado pela First Draft em 2020. Ele é uma versão em Português-Brasil, traduzida pela *Global Lingo* e revisada quanto à precisão pelos membros da equipe da First Draft, do *INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, publicado no ano de 2019, original do Council of Europe report DGI(2017)09, por Claire Wardle e Hossein Derakhshan.

definição: “Notícias falsas é um termo novo, ou neologismo, usado para se referir a notícias fabricadas”.

Apesar do atual uso corriqueiro da expressão em diferentes contextos, esse fenômeno também alcançou a investigação científica, sendo possível uma discussão epistemológica sobre a conceituação do termo. Pesquisadores da Universidade Tecnológica de Nanyang, em Singapura, Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling analisaram 34 artigos cuja temática era definir e caracterizar as *fake news* ao longo do período de 2003 a 2017. Sob o título *Defining “Fake news”*, a pesquisa identificou seis possíveis modos de definir *fake news*: **sátira**, **paródia**, **fabricação**, **manipulação**, **publicidade**, por fim, **relações públicas** e **propaganda**. Segundo os pesquisadores, a **sátira** estaria relacionada à *news satire*, e são “programas de notícias simuladas, que tipicamente usam humor ou exagero para apresentar ao público atualizações de notícias” (Tandoc Jr. *et al.*, 2017, p. 5). Esses programas são mais frequentes na mídia norte-americana e pressupõem um contrato entre o emissor e o telespectador, o que também prevê que não há um público enganado. A **paródia** (*news parody*) estabelece um contrato entre o público leitor e o conteúdo, neste caso, são adicionados mais conteúdos factuais para estabelecer o efeito humorístico, havendo maior aproximação com o formato jornalístico. A terceira definição, a **fabricação** (*news fabrication*) é, de fato, um conteúdo falso, em que não implica um contrato de humor entre o público e o produtor, havendo a intenção de desinformar ou informar uma mentira. A categoria **manipulação** se configura pelo uso de imagens fotográficas ou vídeos utilizados para construir narrativas falsas. Na categoria publicidade e relações públicas, “as duas práticas são entendidas como *fake news* quando assumem o formato de notícias reais” (CARVALHO, 2019). A **publicidade** nativa, quando aparece no formato de notícia ou reportagem, pode enganar o leitor; já nas **relações públicas**, acontece isso quando os profissionais dessa área adotam práticas ou aparências de jornalistas, para inserir ações de *marketing* ou mensagens persuasivas na mídia noticiosa (Tandoc Jr. *et al.*, 2017).

Finalmente, a categoria **propaganda** tem se tornado cada vez mais frequente, em função de sua ligação direta com acontecimentos políticos. “Semelhante à publicidade, a propaganda é muitas vezes baseada em fatos, mas inclui um viés que promove um lado ou perspectiva particular” (Tandoc Jr. *et al.*, 2017, p. 11), tendo o objetivo de persuadir ao invés de informar. Em todas essas definições as *fake news* se apropriam da aparência de notícias reais, ocultando-se sob um verniz de legitimidade. Quanto à utilização do termo, os pesquisadores apontam que a tipologia mapeada abarca apenas os estudos acadêmicos no período observado.

Podemos identificar que as definições resultantes da revisão de literatura proposta por Tandoc Jr. *et al.* (2017) e os 7 tipos de *fake news* apontadas por Claire Wardle (2017),

assemelham-se em vários aspectos em suas tipologias. Nas duas definições, as *fake news* são apontadas como sátira, paródia, fabricação e manipulação.

Tendo em vista essas definições anteriores, é necessário mencionar que em uma reportagem da BBC News Brasil, em janeiro de 2018, intitulada “Como o termo ‘*fake news*’ virou arma dos dois lados da batalha política mundial”, Mike Wendling pontua que a utilização do termo *fake news*, no contexto das Eleições presidenciais nos Estados Unidos teve a sua primeira aparição em 8 de dezembro de 2016, num discurso realizado por Hillary Clinton, falando sobre as consequências reais das *fake news*, em razão de, na época, a candidata à presidência ter sido vítima de uma *fake news* em que a colocava como comandante de uma rede de pedofilia cuja sede ficaria em uma pizzaria em Washington, episódio conhecido como Pizzagate. No mês seguinte, em janeiro de 2017, uma semana antes de tomar posse, o então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, utilizou o termo em uma resposta à pergunta da imprensa, chamando um repórter da CNN de *fake news* e utilizando o termo com frequência em seu twitter, chegando a mencioná-lo 180 vezes.

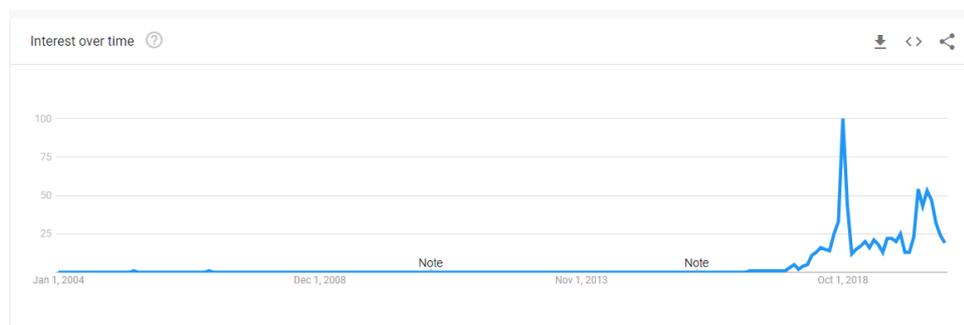
Além disso, é necessário pontuar que, nesse mesmo período, as eleições para a saída do Reino Unido da União Europeia, chamada de *Brexit* (abreviação de *British exit*, saída britânica, em tradução literal), teve também as *fake news* como influentes no processo de votação para a saída do país. Segundo D’ancona (2018), a campanha para a saída do Reino Unido “triunfou com *slogans* que eram comprovadamente não verdadeiros ou enganosos, mas também comprovadamente ressonantes” (D’ANCONA, 2018, p. 20).

Fica evidente que o contexto de uso das *fake news* tem uma relação direta com a política, mas o uso dessa expressão tem se tornado cada vez mais vazio, segundo Wendling, em que afirma que o uso da palavra *fake news* também tem se tornado sem sentido, e que para todo tipo de conteúdo em que as pessoas consideram “descontextualizado, manipulado, baseado em teorias da conspiração, incorreto ou que as pessoas apenas não gostam, passou a ser rotulado como *fake news*” (WENDLING, 2018). Após o período eleitoral dos Estados Unidos, a expressão não deixou de tomar conta dos espaços de comunicação, principalmente das redes sociais. O termo tem seu sentido alargado cada vez mais, aparecendo em inúmeros contextos de usos e também sendo sinônimo de mentira e desinformação. Cabe ainda dizer que políticos usam o termo como forma de “autodefesa” acerca de informações ou denúncias que os envolvam.

Sobre a utilização do termo no contexto do Brasil, segundo a ferramenta Google Trends que mostra os termos mais pesquisados por usuários da *internet*, verificamos que, do ano de

2004 a 2020, a procura pelo termo começa a aparecer só em meados de janeiro de 2017, atingindo seu ápice de popularidade em outubro de 2018¹³, como mostra o gráfico a seguir:

Figura 3 – A popularidade do termo *Fake news* no Brasil



Fonte: Google Trends (2020).

Essa verificação é muito importante para entender o movimento das *fake news* aqui no Brasil, tendo em vista sua relação com as campanhas para presidente, no período eleitoral de 2018, podendo afirmar, inicialmente, a partir dos dados verificados pelo *Google Trends*, a sua relação direta com o período eleitoral, alcançando o máximo de popularidade do termo em outubro 2018, o mês de votação.

No intuito de sistematizar as definições a respeito da expressão *fake news*, elaborou-se um quadro-resumo das concepções do termo abaixo, com alguns exemplos de utilização da expressão:

Quadro 2 - Resumo das Definições Abordadas Sobre *Fake news*

(Continua)

Fonte	Resumo da definição	Exemplo de uso
<i>Oxford Learner's Dictionaries</i>	Relatos falsos, escritos e divulgados na internet.	Exemplo 1: <i>Many of us seem unable to distinguish fake news from the verified sort.</i> (Muitos de nós parecem incapazes de distinguir notícias falsas das verificadas.)* Exemplo 2: <i>Fake news creates significant public confusion about current events.</i> (Notícias falsas criam confusão pública significativa sobre os eventos atuais.)
<i>Collins Dictionary</i>	Informações falsas sob a capa de notícias, reportagens.	<i>In the age of fake news, our audience can't avoid that connection.</i> (Na era das notícias falsas, nosso público não pode evitar essa conexão)
<i>Cambridge Dictionary</i>	Histórias falsas que parecem notícias, criadas para influenciar a opinião política, ou como piada.	<i>The first story uploaded on to the site, as a test, was a fake news story.</i> (A primeira

¹³ Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&geo=BR&q=fake%20news>. Acesso em: 09 set. 2020.

		história carregada no site, como teste, foi uma notícia falsa.)
<i>Dicio (2019)</i>	Notícias e informações falsas ou mentirosas que são compartilhadas como se fossem reais e verdadeiras, divulgadas em contextos visuais.	
<i>Wikipédia¹⁴</i>	Notícias falsas é um termo novo, ou neologismo, usado para se referir a notícias fabricadas.	
<i>Claire Wardle (2017)</i>	Os 7 tipos de <i>fake news</i> : Sátira ou paródia, Conteúdo enganoso, Conteúdo impostor, Conteúdo fabricado, Conexão falsa, Contexto falso e Conteúdo manipulado.	
<i>Tandoc Jr., Lim e Ling (2017)</i>	Seis possíveis modos de definir <i>fake news</i> : sátira, paródia, fabricação, manipulação, publicidade e relações públicas e propaganda.	

*Tradução das autoras.

(Concluído)

Diante da sistematização das definições expostas acima e, embora o termo *fake news* tenha assumido diferentes sentidos, fica evidente a necessidade de definir esse grande problema vivido na atualidade. Se as *fake news* explodiram em períodos eleitorais, isso diz muito sobre o motivo e a função social dessa prática, sendo necessário analisar o que há além desses discursos que são capazes de influenciar a opinião pública a respeito de determinado partido, candidato ou assunto. Na pesquisa, entende-se *fake news* como uma prática discursiva que se produz em razão das relações de poder. Além de entendê-la enquanto um gênero textual, que possui características estruturais e funcionais específicas. Na seção seguinte, será analisado como as *fake news* entram no contexto das eleições presidenciais do Brasil em 2018, marcado como um episódio conturbado, em que as *fake news* estiveram presentes, impactando as dimensões da opinião pública nas redes sociais.

1.3 As *Fake news* no Contexto das Eleições no Brasil em 2018

Antes de entrarmos, propriamente, na temática das *fake news* nas eleições presidenciais do Brasil em 2018, vale a pena mencionar a atividade lucrativa por trás da fabricação e

¹⁴ Utilizamos a enciclopédia para termos uma visão generalizada acerca do termo, dando-nos um panorama em relação a sua definição. Sabemos que a página não apresenta uma fonte com muita segurança, mas é necessária pela possibilidade de visão ampla acerca do fenômeno.

divulgação das *fake news* em contextos eleitorais. Em 2016, o artigo intitulado “How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With *Fake news*”, de Craig Silverman, do jornal BuzzFeed identificou 100 sites pró-Trump operados por jovens na cidade de Veles, na Macedônia. Com domínios como WorldPoliticus.com, TrumpVision365.com, USConservativeToday.com, esses jovens operavam esses sites na busca de lucro, tendo em vista que, de acordo com o relatório de lucros do Facebook, os usuários da rede social nos Estados Unidos equivalem a quatro vezes mais o valor de um usuário fora do país. Segundo eles, a melhor maneira de gerar tráfego e compartilhamento no Facebook era espalhando conteúdos sensacionalistas e falsos que atendessem aos apoiadores de Trump.

Uma outra investigação da BuzzFeed em 2016, identificou várias páginas do Facebook hiper partidárias que divulgavam conteúdos enganosos e falsos, em que três páginas hiper partidárias de direita obtinha cerca de 38% de todas as postagens, numa mistura de conteúdos verdadeiros e falsos, preponderando conteúdos falsos, comparado aos 19% das páginas de esquerda. Foi possível constatar que essas páginas ajudaram a implementar a ascensão de Trump, tendo em vista a grande quantidade de notícias enganosas nessas páginas e, inclusive, a atenção dedicada à sua imagem.

Segundo Pollyana Ferrari (2018), autora de *Como Sair das Bolhas*, foi a partir de 2013, que várias agências e sites que divulgam notícias falsas surgiram em diversos países, tendo como suporte a facilidade “de se produzir conteúdo sem verificação, com baixo custo editorial, ou seja, sem investimentos em redações, equipes de verificação, editores e, ainda, abusando de bots, algoritmos (softwares de inteligência artificial)” (FERRARI, 2018, p. 59).

O projeto "Detecção Automática de Notícias Falsas para o Português", financiado pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) do CNPq e também pela CAPES, desenvolvido no Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (ICMC-USP), no campus São Carlos, com colaboração de outros pesquisadores da própria USP e da Universidade Federal de São Carlos, tem como objetivo estudar métodos para a detecção automática de notícias falsas utilizando Processamento de Linguagem Natural (PLN) e Aprendizado de Máquina (AM). Neste projeto, houve a criação de uma plataforma de detecção automática de *fake news*.¹⁵

O conjunto de notícias utilizados foi composto por 3,6 mil textos falsos e 3,6 mil verdadeiros, que foram publicados na web entre janeiro de 2016 e janeiro de 2018. Em relação

¹⁵ Disponível em: <https://www.icmc.usp.br/noticias/3956-ferramenta-para-detectar-fake-news-e-desenvolvida-pela-usp-e-pela-ufscar>. Acesso em: 20/11/2021.

aos seus resultados, a partir da imagem da tabela a seguir, podemos identificar as características das *fake news* encontradas na pesquisa. Nesta tabela, há uma comparação entre as informações verdadeiras e as informações falsas, identificando o tamanho das palavras, a riqueza de vocabulário, tamanho das sentenças, número médio de verbos, de substantivos, de adjetivos, de advérbios, de pronomes e de erros ortográficos. Segundo os resultados da pesquisa, o erro ortográfico foi um dos parâmetros mais relevantes para a verificação dos textos.

Figura 4 – Características das Fake news

TABELA 1 Exemplo de algumas características básicas analisadas em cada conjunto de notícias.		
CARACTERÍSTICA	NOTÍCIAS FALSAS (%)	NOTÍCIAS VERDADEIRAS (%)
Tamanho médio de palavras (em caracteres)	4,8	4,8
Riqueza do vocabulário (razão entre termos e palavras diferentes)	0,68	0,47
Tamanho médio de sentenças (em palavras)	15,3	21,1
Número médio de verbos	14,3	13,4
Número médio de substantivos	24,5	24,6
Número médio de adjetivos	4,1	4,4
Número médio de advérbios	3,7	4,0
Número médio de pronomes	5,0	5,2
Porcentagem de notícias com algum erro ortográfico	36,0	3,0

Fonte: ICMC/USP (2018).

Como podemos ver na figura da tabela reproduzida a seguir, as categorias encontradas nesta pesquisa em relação às temáticas abordadas foram *Política, TV e celebridades, Sociedade e cotidiano, Ciência e tecnologia, Economia e Religião*.

Figura 5 - Detecção Automática de Notícias Falsas

TABELA 2 Classificação das 7,2 mil notícias utilizadas na pesquisa.		
CATEGORIA	NÚMERO DE TEXTOS ANALISADOS	PERCENTUAL EM RELAÇÃO A TODO O CONJUNTO
Política	4.180	58,0
TV e celebridades	1.544	21,4
Sociedade e cotidiano	1.276	17,7
Ciência e tecnologia	112	1,5
Economia	44	0,7
Religião	44	0,7

Fonte: ICMC/USP (2018).

De acordo com a pesquisa, para cada notícia verdadeira havia uma notícia falsa correspondente. Assim, por exemplo, do total de 4.180 notícias sobre política, metade (2.090) são falsas e metade são verdadeiras. O mesmo vale para todas as demais categorias. Segundo os resultados da pesquisa, das 3,6 mil notícias falsas coletadas, 36% possuíam algum erro ortográfico, enquanto apenas 3% das verdadeiras apresentavam esse problema, sendo constatado que a probabilidade da notícia ser falsa é maior se houver erro ortográfico.

Em 2018, foi identificado um verdadeiro “exército de *fake news*”, em que foram verificados perfis falsos sendo usados para influenciar as eleições. Uma investigação realizada pela BBC Brasil relatou que os perfis falsos foram usados de forma ativa para influenciar o debate político e, também, manipular a opinião pública, inclusive, em 2014. Com fotos e nomes fictícios, esses perfis eram controlados pelo Facebook e Twitter, em troca de um valor de R\$ 1,2 mil por mês. Segundo a reportagem, as quatro pessoas entrevistadas se apresentaram como ex-funcionários da empresa e reuniu um vasto material com histórico das atividades on-line em que mais de 100 *fakes*, identificando 13 políticos que estavam se beneficiando com a atividade que, a partir de evidências, sabiam que os perfis estavam sendo usados.

Um outro ocorrido em 2018 foi o financiamento de conteúdo falso por parte de algumas empresas que apoiavam o candidato na ocasião, Jair Bolsonaro. Uma reportagem da Folha de S. Paulo, publicada em 18 de outubro de 2018, revelou que empresas estavam comprando pacotes de disparo em massa de mensagens contra o PT no WhatsApp. Segundo essa reportagem, cada contrato chegava a R\$ 12 milhões. Entre as empresas compradoras estava a Havan, na qual o dono, Luciano Hang, já tinha feito campanha a favor de Jair Bolsonaro (PSL). As empresas compraram um serviço chamado “disparo em massa”, usando a base de usuários do próprio candidato ou bases de agências de estratégias digitais. Segundo o TSE, Tribunal Superior Eleitoral, isso é considerado terceirização de propaganda, o que é vedado pela legislação eleitoral. As investigações seguem em curso no Supremo Tribunal Federal (STF) e no TSE, e o resultado pode afetar a chapa que elegeu o então presidente Jair Bolsonaro. Em uma matéria publicada pela CNN Brasil, em junho de 2020, o Ministério Público Eleitoral autorizou que as informações do inquérito das *fake news* sejam usadas nas ações do TSE, que apontam irregularidade na campanha que elegeu o então presidente Jair Bolsonaro e seu vice, Hamilton Mourão.

Em um projeto intitulado *Eleições Sem Fake*, do Departamento de Ciência da Computação (DCC) da UFMG, pesquisadores realizaram o monitoramento de grupos públicos no WhatsApp, em que foram coletadas mídias como textos, áudios, imagens e vídeos de 127 grupos públicos relacionados à discussão de temas políticos e de notícias, durante o período de 27 de abril a 30 de maio de 2018. No artigo, sob o título “A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp”, Almeida et al. (2018) identificaram um número significativo de grupos públicos destinados a candidatos específicos, após analisar grupos de palavras:

[...] Para os grupos Pró-Bolsonaro, a palavra como maior destaque foi Bolsonaro, o que reforça a temática principal desses grupos, além de termos como governo, Brasil, que fazem sentido uma vez que se trata seguidores desse candidato a presidente do Brasil. Termos como greve, caminhoneiro e gasolina também foram frequentes mostrando a discussão do evento da greve dos caminhoneiros nesses grupos. Já para os grupos Pró-Lula, observou-se termos como Lula, Sérgio Moro, Lula Livre, companheiro sendo os mais comuns (ALMEIDA *et al.* 2018, p. 3).

Como podemos observar, durante esse monitoramento também foi identificada uma menção à greve dos caminhoneiros, que foi uma paralisação que aconteceu de 21 a 30 de maio de 2018 no período do governo de Michel Temer. Ambos os grupos, tanto os pró-Bolsonaro como os Pró-Lula fizeram referência ao acontecimento. Ainda, segundo os pesquisadores, os disparos de mensagens no período da greve aumentaram drasticamente e “O número de envios do áudio mais compartilhado por dia dobrou no início da greve, no dia 21, chegando ao pico nos dias finais. Já em relação ao vídeo mais compartilhado por dia, o aumento se iniciou a partir do dia 25, mas também foi significativo”. Vale mencionar que, no dia 25 de junho, circulou uma notícia falsa sobre a ocorrência de uma nova paralisação. A realização dessa pesquisa comprova a tese de grande circulação de mensagens no WhatsApp, que tiveram potencial de mobilização popular em relação as eleições presidenciais de 2018.

O contexto das eleições presidenciais brasileiras em 2018 contou com algo inusitado: a disseminação massiva das *fake news*. Contou, inclusive, com mobilização do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para esclarecimentos em relação às informações falsas veiculadas nas eleições de 2018. Os maiores protagonistas desse período foram os candidatos Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), tanto no primeiro turno quanto no segundo. Em uma matéria publicada pela ISTOÉ em 25 de outubro de 2018, Laura Chinchila, a chefe de observação eleitoral da Organização dos Estados Americanos (OEA) chegou a afirmar que a disseminação de *fake news* nas eleições brasileiras foi sem precedentes e teve uma particularidade, a utilização da rede privada WhatsApp como meio de disseminação, algo diferente de outros países.

Além disso, e confirmando o que já foi dito anteriormente, segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto DataFolha, publicada em 25 de outubro de 2018, o WhatsApp foi o

aplicativo mais utilizado entre os eleitores, sendo registrado um quantitativo de 65% de eleitores com conta na rede social, em que 24% utilizaram a rede para compartilhar notícias sobre políticas e eleições. Outro dado chama atenção, os que possuem mais poder aquisitivo e escolaridade utilizaram mais o WhatsApp, e foram mais ativos no compartilhamento desse conteúdo do que os menos escolarizados, além do índice também verificado por região do país, em que na Região Sul, 70% dos eleitores usaram o aplicativo, mas apenas 23% propagaram as notícias, resultando em um engajamento de 32%. Já na Região Nordeste, o quantitativo é de 56% de usuários no aplicativo, embora 22% compartilharam notícias sobre políticas e eleições, resultando em um engajamento de 39%.

Foi identificado também que um dos segmentos mais ativos no WhatsApp foi o dos eleitores de Jair Bolsonaro, em que no eleitorado militar reformado, 70% estavam conectados ao WhatsApp, e 31% repassavam informações sobre política e eleições, resultando em 44% de engajamento no tema. Já os eleitores de Haddad, 59% estavam conectados à rede, resultando em uma taxa de engajamento de 36%. Além do WhatsApp, foram identificadas outras redes sociais em uso, como o Facebook, com um número de 57% de eleitores usuários e 22% compartilhando notícias sobre política e eleição, seguido do Instagram, com 8% divulgando o mesmo conteúdo e, por fim, o Twitter, com 13% de eleitores usuários e apenas 4% divulgando conteúdos sobre eleição e política, atestando o maior uso do WhatsApp no período eleitoral. Sobre o conteúdo das mensagens, foi verificado que 44% receberam conteúdo negativo do candidato Jair Bolsonaro e 47% receberam o mesmo conteúdo negativo a respeito de Haddad. E ainda, em relação a Bolsonaro, 29% tiveram acesso a esse conteúdo negativo por meio de amigos, 15% por parentes, e 20%, de desconhecidos, contra 31% de amigos, 22% de desconhecidos e 18% de parentes.

Diante desses dados, como entender o processo eleitoral referente ao uso das redes sociais como impulsionadoras de conteúdos referentes às notícias sobre política e eleições, levando em consideração a grande proliferação das *fake news* no período? Para responder a essa e as demais questões referentes ao processo de estratégias discursivo-textuais de construção das *fake news* no período eleitoral, tendo em vista a emoção e a manipulação, o próximo capítulo apresentará a fundamentação teórica que nos dará base para a análise das informações até aqui coletadas.

CAPÍTULO 2. PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

Nesta seção, trataremos dos principais conceitos que serão utilizados em nossa análise, compreendido como fundamentação teórica. Nesta seção, abordaremos os conceitos da Linguística funcional em Martelotta (2008), da Análise Crítica do Discurso de abordagem sociocognitiva, tendo como elementares os estudos de van Dijk (2000, 2008b, 2012, 2015), e da Cognição, nos estudos de Maturana (2002), Damásio (2009), Tomasello (1999) e Dijk (2000; 2008b). Esses estudos se voltarão para as definições de discurso, cognição e nos darão elementos basilares para a análise das *fake news*.

2.1 A Linguística Funcional: o texto como resultado do contexto social

O funcionalismo surge como corrente da linguística que buscou opor-se ao estruturalismo e ao gerativismo, tendo como foco o estudo da relação entre as estruturas gramaticais e os contextos sociais. Nessa concepção, verifica-se que a linguagem é resultado das interações sociais, envolvendo, portanto, a situação comunicativa, seus interlocutores, seus objetivos e contextos discursivos.

Mesmo com o objetivo de se opor ao estruturalismo, o funcionalismo Europeu surgiu de um movimento dentro do próprio estruturalismo, dando ênfase a função das unidades linguísticas da fonologia e da sintaxe, a partir, respectivamente, do papel dos fonemas e do papel da sentença num dado contexto. As primeiras análises de cunho funcionalista nessa corrente são atribuídas aos membros da Escola de Praga, entre os principais representantes dos estudos fonológicos estão Nikolaj Trubetkoy e Roman Jakobson.

A corrente funcionalista norte-americana, também a partir do estruturalismo, direciona-se a uma linguística baseada no uso, a partir do contexto linguístico e da situação extralinguística. A partir de 1975, as análises da linguística funcional começam a aparecer na literatura norte-americana, tendo sido impulsionada por Dwight Bolinger. A partir dessa perspectiva, a gramática é vista como uma estrutura aberta, moldada pelos constantes usos do dia a dia, portanto, passível a mudanças.

[...] De acordo com essa concepção, a sintaxe é uma estrutura em constante mutação em consequência das vicissitudes do discurso, ao qual se molda. Ou seja, há uma forte vinculação entre discurso e gramática: a sintaxe tem a forma que tem em razão das estratégias de organização da informação empregadas pelos falantes no momento da interação discursiva (MARTELOTTA, 2008, p. 163).

A partir dos princípios e categorias centrais presentes na corrente funcionalista norte-americana, adotaremos como recursos para análise de nosso *corpus* a *informatividade* e a *iconicidade*, que serão melhor detalhadas a seguir.

O princípio da *informatividade* tem como objetivo verificar o conhecimento que os interlocutores compartilham na interação verbal. Assim, busca-se analisar o status informacional dos referentes nominais. Pode haver um sintagma nominal, a classificação de dado, novo, disponível e inferível. “Um referente pode ser *dado*¹⁶, ou *velho*, se já tiver ocorrido no texto (referente textualmente dado) ou se estiver disponível na situação de fala (referente situacionalmente dado), como os próprios participantes do discurso: falante e ouvinte” (MARTELOTTA, 2008, 166).

No caso de um referente novo, há a introdução de uma informação no texto pela primeira vez, e chamado de disponível quando já se encontra a mente do ouvinte. Em relação a um referente inferível, verificamos a informação sendo identificada a partir de outras informações dadas, nesse caso, ocorre o processo de inferência.

O princípio da *iconicidade* é compreendido a partir de uma correlação entre forma e função, ou seja, entre o código linguístico (expressão) e o seu significado (conteúdo). Na versão original, esse princípio estabelecia uma relação isomórfica de um para um, entre forma e conteúdo a partir de Bolinger (1977), porém tendo como suporte as verificações de processos de variação e mudança, em que há variadas formas de se dizer a mesma coisa, houve uma reformulação dessa visão mais radical.

Na língua que usamos diariamente, especialmente na língua escrita, existem por certo muitos casos em que não há uma relação clara, transparente, entre expressão e conteúdo. Nesses casos, a relação entre forma e significado é aparentemente arbitrária, uma vez que o significado original do elemento linguístico se perdeu total ou parcialmente. Por exemplo, o item entretanto, hoje, tem significado opositivo, adversativo, que é distante e completamente distinto de seu significado etimológico, de “no interior de algum espaço físico ou de algum espaço de tempo” (CUNHA; TAVARES, 2016, p. 23).

Em uma versão menos radical, o princípio da iconicidade se apresenta a partir de três subprincípios: *subprincípio da quantidade*, *subprincípio da integração* e *subprincípio de ordenação sequencial*. A partir do subprincípio da quantidade, nós temos que quanto maior a informação, maior a quantidade de forma, sendo assim, a estrutura gramatical prenuncia a estrutura do conceito que ela expressa. Isso tem relação com a complexidade do pensamento, que tende a refletir-se na complexidade da expressão, segundo Slobin (1980).

Esse subprincípio pode ser observado na quantidade de informação encontrada na *fake news* a seguir:

¹⁶ Grifo do autor.

- a) "Só passando para lembrar a vocês que o número de Jair Bolsonaro é 13" (01-AGO-PUB).

Figura 6 – Fake news Jair Bolsonaro



Agência Lupa (2018).

No exemplo 01-AGO-PUB, podemos verificar uma menor quantidade de informação, tendo em vista o tamanho do texto que, conseqüentemente, exige menos complexidade do pensamento. Nesta *fake news*, checada pela Agência Lupa, há apenas a inversão do número do candidato Bolsonaro, tendo em vista que o número correspondia a 17 e não a 13, como é indicado no exemplo.

Além do exemplo acima, podemos verificar, no exemplo 01-SET-JOR, maior complexidade pela quantidade de informações contida na *fake news*, exigindo uma maior habilidade para a sua compreensão. Isso pode ser observado a partir de todo o fato narrado, sendo possível constatar todo um contexto para retratar a informação falsa, apresentada no nome equivocado do agressor de Bolsonaro. O agressor citado é José Adélio Bispo de Oliveira, mas, na verdade, o nome correto é Adélio Bispo de Oliveira. As descrições do local e do agressor são recuperadas para contextualizar o nome falso, de modo que o leitor passe até despercebido pela *fake news*.

- b) "Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal | FOLHAMAX / VIOLÊNCIA / Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal / METROPOLES / Um homem foi detido em Juiz de Fora (MG), suspeito de ter esfaqueado o candidato à Presidência da República do PSL, Jair Bolsonaro. Agentes da Polícia Federal, responsável pela segurança do presidente durante a campanha eleitoral, teriam impedido o suspeito de fugir e o prendido. / imagens do momento do ataque mostram o homem tentando fugir e sendo contido por apoiadores do candidato, que o agrediram com socos. O

suspeito seria José Adélio Bispo de Oliveira, filiado ao PDT mineiro. Mas a Polícia Federal não divulgou oficialmente o nome do responsável pelo ataque. / A corporação abriu inquérito para investigar o caso. / Aguarde mais informações" (01-SET-JOR).

O *subprincípio da integração* prediz que os conteúdos que estão mais próximos cognitivamente falando, também estarão mais integrados na codificação, assim, o que se apresenta mentalmente junto, está sintaticamente junto. Esse subprincípio se apresenta, por exemplo, no grau de integração que o verbo da oração principal exhibe na relação com o verbo da subordinada. Podemos verificar esse subprincípio a partir do exemplo a seguir, retirado do *corpus* desta pesquisa:

- c) “TSE troca empresa responsável pela divulgação da apuração e eleição fica sob suspeita”.

Na oração acima, verificamos dois eventos separados, a situação de trocar algo e o ato de ficar, em que os dois verbos se referem a sujeitos distintos. Nesse caso, podemos dizer que os dois eventos estão menos integrados, tendo em vista que há uma distância linear à distância conceitual que elas expressam permitidas pelas orações coordenadas.

Há, por último, o subprincípio da ordenação sequencial, que se divide entre *subprincípio da ordenação linear*, quando a ordenação das orações no discurso tende a espelhar a sequência temporal em que os eventos descritos ocorreram e o segundo subprincípio ligado à ordenação é o *subprincípio da relação entre ordem sequencial e topicalidade*. Nesse, temos uma conexão entre o tipo de informação veiculada por um elemento da cláusula e a ordenação que ele assume. Assim, esse subprincípio sugere, por exemplo, que informações velhas ou já mencionadas tendem a ocorrer no início das orações, já as novas, no final delas.

No exemplo a seguir, também retirado do *corpus* desta pesquisa, podemos verificar como ocorre o subprincípio da ordenação linear:

- d) “Pablo Vittar diz que se Bolsonaro vencer as eleições 2018, Ele irá embora do país”.

Na oração em exame, a ordenação das orações tende a espelhar a sequência temporal ocorrida, em que as orações são colocadas sintaticamente na ordem em que elas podem ocorrer na realidade, ainda, a condicional que tende a vir em uma primeira posição, encontrada na oração “se Bolsonaro vencer as eleições”, ou seja, é uma condição para a realização da ação

“Ele irá embora do país”. O ato de dizer, conseqüente de uma situação anterior, desemboca no ato de ir embora do país. Já em relação ao *subprincípio da relação entre ordem sequencial e topicalidade*, observemos o exemplo a seguir:

- e) “Se Bolsonaro ganhar em 2018, eu declaro toda a minha carreira encerrada no Brasil. Não tem como viver no mesmo país que esse homem!”.¹⁷

Podemos verificar que a informação velha “se Bolsonaro ganhar em 2018” foi colocada no início da frase, já a informação “eu declaro toda a minha carreira encerrada no Brasil” foi inserida no final, em que o referente Pablo Vittar é retomado pelo pronome “eu”, constando como informação velha, tendo em vista a oração b) anterior.

O último princípio escolhido para tratarmos em nossa análise é o princípio da marcação, que foi introduzido nos conceitos de “marcado” e “não-marcado” na linguística realizada na Escola de Praga. Nesse princípio, nós temos como ideia o contraste entre dois elementos de uma determinada categoria, que pode ser fonológica, morfológica ou sintática. Nesse caso, dois elementos que se opõem são considerados marcados quando apresenta uma propriedade que está ausente no outro elemento, que é, portanto, considerado não marcado. Podemos verificar esse princípio no campo da morfologia quando nos voltamos para a categoria de número, em que a forma a forma "meninos" [+ plural] é marcada em oposição a "menino" [— plural], forma não marcada. Ainda sobre a estrutura não marcada:

ocorre mais na língua, pois usamos mais palavras no singular do que no plural; apresenta contexto de ocorrência mais amplo, pois dizemos, por exemplo, que vamos ao mercado comprar cenoura, mesmo sabendo que compraremos mais de uma - o que significa que o singular é utilizado no contexto do plural; apresenta forma mais simples, ou seja, ocorre sem a desinência -s; e possivelmente por isso é aprendida mais facilmente pelas crianças do que as formas de plural (MARTELOTTA, 2008, p. 170-171).

Tendo em vista os conceitos abordados sobre a linguística funcional, podemos verificar que a análise linguística sob esses fatores é necessária para uma maior compreensão das *fake news*, buscando observar elementos que direcionem o entendimento discursivo do seu texto. No sentido de verificar os elementos discursivos, o próximo tópico dará conta da Análise Crítica do Discurso.

¹⁷ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/wp-content/uploads/2018/08/pablo-bolsonaro-jornal-do-pa%C3%ADs.png>. Acesso em: 08 set. 2021.

2.2 A Análise Crítica do Discurso: A Linguagem como Prática Social

Para van Dijk (2008b), a Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma forma de investigação analítica do discurso que tem como estudo principal “o modo como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são representados, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político” (VAN DIJK, 2008, p. 113). Fica claro, que para o autor, a ACD não é mais uma disciplina ou uma escola dos estudos discursivos, ela busca algo além da teorização, descrita mesmo como uma investigação “dissidente” pelo próprio autor. Ainda, o papel dos pesquisadores em ACD revela “um posicionamento explícito, e assim, objetivam compreender, desvelar e, em última instância, opor-se à desigualdade social. (VAN DIJK, 2008, p. 113). Para o autor, a ACD não é uma diretriz ou especialização comparada a outras tantas abordagens nos estudos discursivos, objetiva, antes, “oferecer um ‘modo’ ou uma ‘perspectiva’ diferente de teorização, análise e aplicação ao longo de todos os campos” (VAN DIJK, 2008, p. 114).

Em conformidade com o autor, à perspectiva da ACD cabe observar que o discurso acadêmico e a sociedade são estruturados a partir de uma simbiose, em que o discurso acadêmico é parte inerente da estrutura social, sendo portanto capaz de ser influenciado e produzido nessa interação, ou seja, a explanação das teorias também são sociopoliticamente ‘situadas’”. (VAN DIJK, 2008, p. 114). É nesse sentido que, para o autor, a consciência do papel do pesquisador é crucial para o desenvolvimento da pesquisa em ACD, cabendo reconhecer o seu papel de resistência às relações de dominação e de poder:

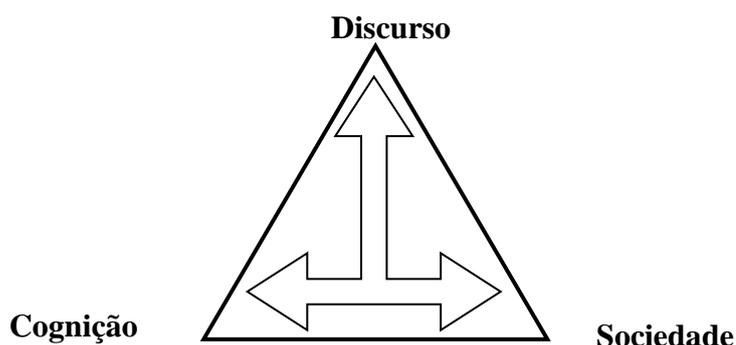
Dessa forma, a reflexão acerca do papel dos acadêmicos na sociedade e na polis transforma-se em uma parte inerente da tarefa proposta pela análise do discurso. Isso talvez signifique, entre outras coisas, que os analistas do discurso orientam suas pesquisas em solidariedade e cooperação com os grupos dominados (VAN DIJK, 2008, p. 114).

Levando em consideração a perspectiva da ACD como dissidente pelo autor, que rejeita, portanto, as posições associadas e acríticas, enquadrando-se em uma tradição de pesquisa marginal, para que a investigação em análise crítica do discurso seja efetivada, ela precisa cumprir alguns requisitos: **a)** constituída estruturalmente de forma adequada, organizada e bem desenvolvida para poder ser aceita; **b)** centrada, sobretudo nos problemas sociais e nas questões políticas, ao invés de paradigmas correntes e modismos; **c)** constituída de multidisciplinaridade; **d)** descritiva e explicativa da relação das propriedades de interação social e estrutura social e, por último, **e)** centrada em como as estruturas do discurso produzem,

confirmam, legitimam, reproduzem ou desafiam as relações de poder e de dominação na sociedade (VAN DIJK, 2008b).

Em seu enquadre teórico, van Dijk (2008b) propõe a relação entre discurso, cognição e sociedade em uma perspectiva crítica — o que inclui história, política e cultura — dispostos em um esquema teórico triangular, que pode ser verificado a partir da representação a seguir:

Figura 7 – Triângulo discurso-cognição-sociedade



Fonte: Elaborado pela autora com base em van Dijk (2015).

A partir da representação anterior, para o autor, os vértices desse triângulo são interligados, não podendo ser feita explicação do texto, nem da interação sem a abordagem cognitiva, da mesma forma em que não se pode dar margem e entendimento à cognição, sem compreender que o conhecimento e outras crenças são obtidos no contexto discursivo e social. Segundo o autor, qualquer tipo de estudo crítico do discurso precisa observar essas três dimensões. Segundo essa definição de van Dijk (2008b), não há uma influência direta da estrutura social sobre a escrita ou a fala, mas sim, as “estruturas sociais são observadas, experimentadas, interpretadas e representadas por membros sociais, por exemplo, como parte de sua interação ou comunicação cotidiana” (VAN DIJK, 2008b, p. 26). Nesse sentido, essa representação, que é subjetiva, esses modelos mentais de eventos específicos, esse conhecimento, entre outros, influenciam os discursos e também outras práticas sociais dos indivíduos. Nesse sentido, segundo o autor, a cognição pessoal e social sempre permeia a sociedade ou as situações sociais e o discurso. (VAN DIJK, 2008b).

Sobre essa relação, o autor considera a definição de *Macro versus Micro*, em que o *micronível* da ordem social compreende o uso da linguagem, o discurso, a interação verbal e a comunicação; já o poder, a dominação e a desigualdade entre os grupos sociais pertencem a um *macronível* de análise.

Na interação e na experiência cotidianas, o macronível e o micronível (bem como ‘mesoníveis’ intermediários) formam um todo unificado. Por exemplo, um pronunciamento racista no Congresso Nacional é um discurso no micronível da interação social na situação específica de um debate, mas ao mesmo tempo pode representar ou ser parte constituinte de uma legislação ou a reprodução do racismo no macronível (VAN DIJK, 2008b, p. 116).

Para se chegar a uma análise unificada desses dois níveis, van Dijk (2008b) propõe: 1. **Membros-grupos:** são os usuários da língua que participam no discurso como membros de variados grupos sociais; esses mesmos grupos podem agir por meio de seus membros; 2. **Ações-processos:** os atos sociais de atores individuais são partes constituintes das ações e dos processos sociais do grupo; 3. **Contexto-estrutura social:** as instituições de interação discursiva são peças que constituem a estrutura social (os contextos “locais” e os mais “globais” impõem restrição ao discurso) e, por fim, 4. **Cognição pessoal e social:** os usuários da língua (atores sociais), possuem a cognição pessoal e social: memórias, conhecimentos e opiniões pessoais, além daqueles compartilhados com os membros do grupo e da cultura como um todo. Esses dois tipos de cognição influenciam a interação e o discurso dos membros individuais, já as “representações sociais” compartilhadas comandam as ações coletivas de um grupo (VAN DIJK, 2008b).

Em seu enquadre, van Dijk define *poder* em relação ao *controle*. Para ele, os grupos sociais possuem maior ou menor poder se tiverem a capacidade de exercer maior ou menor controle sobre os atos e as mentes dos membros de outros grupos. Isso está intimamente relacionado às bolhas sociais e ao controle realizado no compartilhamento de *fake news* nas redes sociais. Nesse sentido, essas habilidades de controle permitem que haja uma base de poder, em que permite acesso privilegiado a determinados recursos sociais escassos, como força, dinheiro, status, fama, conhecimento, informação, cultura, ou as diferentes formas públicas de comunicação e discurso (VAN DIJK, 2008b). O autor distingue diferentes tipos de poder: o poder coercitivo, presente nos militares e pessoas violentas, que está baseado na força; o poder dos ricos em virtude do dinheiro; o poder persuasivo, baseado no conhecimento, na informação ou na autoridade, podendo ser encontrado nos pais, professores ou jornalistas (VAN DIJK, 2008b). Assim, também encontramos, inclusive, nos próprios produtores das *fake news*.

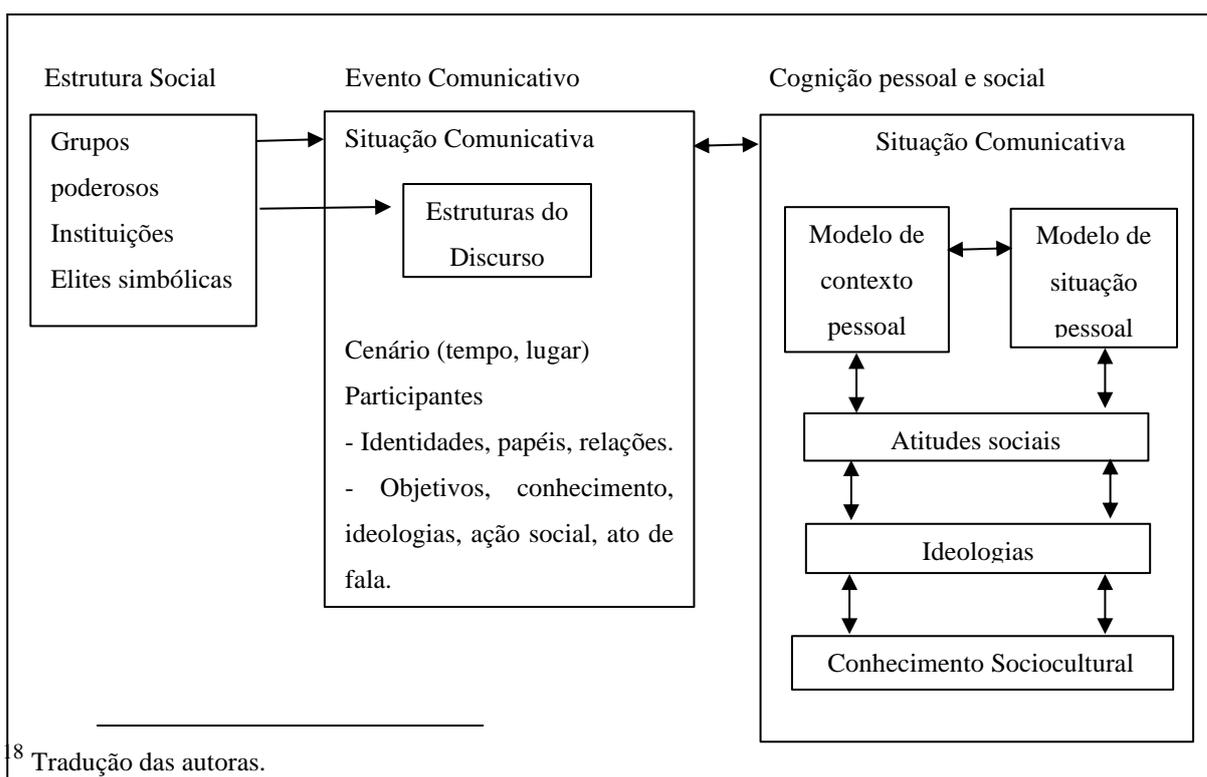
O autor pontua também que o poder não é absoluto, e “os grupos dominados podem, em menor ou maior grau, aceitar, consentir, acatar, legitimar ou resistir a esse poder e até mesmo achá-lo ‘natural’” (VAN DIJK, 2008b, p. 118). O poder dos grupos dominantes pode estar anexado a leis, regras, normas, hábitos ou a um consenso geral. O autor também pontua que define poder para grupos como um todo, pois nem todos os membros de um grupo dominante podem ter mais poder que todos os membros de um grupo dominado. Essa questão se relaciona

às *fake news* das eleições presidenciais no Brasil, em que, como já foi mencionado anteriormente, podemos ver claramente a atuação de vários grupos públicos de WhatsApp, de acordo com o resultado da pesquisa do projeto Eleições Sem Fake da UFMG, que verificou a atuação dos membros dos grupos em detrimento das ideologias de determinados candidatos políticos.

Para a análise das relações de discurso e poder, o autor constata algumas questões. A primeira questão diz respeito ao acesso a formas específicas de discurso como um recurso de poder, e esse acesso específico se dá, por exemplo, pela mídia, pela ciência ou pela política. A segunda questão se refere à ação, que é controlada através de nossas mentes, relacionada a capacidade de influenciar a mente das pessoas, controlando indiretamente as ações a partir da persuasão e da manipulação. Esse aspecto se relaciona expressivamente com as *fake news*, à medida que a persuasão se dá em muitos exemplos, como na mensagem final, ao solicitar a colaboração de todos para a divulgação da mensagem e a manipulação, relacionada a capacidade de influenciar os usuários das redes ao compartilhamento, manipulando suas mentes no intuito de ganhar credibilidade. Resumidamente, os grupos que controlam o discurso mais influente, possuem mais chances de controlar as mentes e as ações dos outros (VAN DIJK, 2008b, p. 118).

Sobre a relação da reprodução do poder pelo discurso, van Dijk (2015) representa essa reprodução a partir do seguinte esquema:

Figura 8 – Esquema de Reprodução discursiva do Poder¹⁸



Fonte: Teun A. van Dijk (2015).

Em relação ao controle do discurso público e da comunicação, o autor afirma que representam um importante recurso simbólico, pois a maioria das pessoas não possuem controle ativo do discurso, apenas em situações de conversas cotidianas com familiares, amigos, possuindo controle passivo no uso da mídia, por exemplo, muito embora, um produtor de *fake news* tenta controlar o pensamento do outro utilizando a *fake news* como manipulação, o que diverge do controle ativo das redes sociais.

Em muitas situações, as pessoas comuns são alvos passivos, em maior ou menor grau, de textos orais e escritos, por exemplo, de seus chefes, professores ou de autoridades, como oficiais de polícia, juízes, burocratas da previdência social ou auditores fiscais, os quais podem simplesmente dizer-lhes em que devem (ou não) acreditar ou o que pode (ou não) fazer. (VAN DIJK, 2008b, p. 119).

Nesse sentido, de um outro lado estão os membros de grupos e instituições sociais mais poderosos, que possuem mais acesso a um ou mais tipos de discurso público, tendo controle sobre ele. Assim, para o autor, a ACD tem a tarefa de explicar mais detalhadamente como as formas de poder acesso e controle discursivo se dão na sociedade. Assim, “se o discurso é definido em termos de eventos comunicativos complexos, o acesso e o controle podem ser definidos tanto pelo *contexto* quanto pelas *próprias estruturas de textos orais e escritos*.” (VAN DIJK, 2008b, p. 119).

Sobre o conceito de contexto, o autor o define “como a estrutura mentalmente representada daquelas propriedades da situação social que são relevantes para a produção ou compreensão do discurso” (VAN DIJK, 2008b, p. 119). Assim sendo, ele é constituído por categorias, como a situação, o cenário (tempo, espaço), as ações em curso (somando-se os discursos e os gêneros discursivos), os participantes em seus papéis comunicativos, sociais ou institucionais, e também suas representações mentais: metas, conhecimento, opiniões, atitudes e ideologias. (VAN DIJK, 2008b). O controle do contexto, então, se dá mediante o controle de uma ou mais dessas categorias. Assim, a determinação da situação comunicativa, a definição do tempo e do lugar do evento comunicativo, a definição de quais participantes devem estar presentes e em que papéis, o tipo de conhecimento e opiniões os participantes devem possuir, quais ações sociais podem ou devem ser realizadas no discurso, além de que tipo de estruturas de textos orais e escritos, podendo definir os gêneros textuais ou atos de fala de uma determinada situação comunicativa (VAN DIJK, 2008b). Ainda sobre esse aspecto há a relação do controle dos temas e da mudança de tópico.

É importante destacar aqui essa definição de van Dijk (2008b) com a visão da estrutura das *fake news*, que se dá mediante configuração textual específica, características que são determinadas a partir de determinada situação comunicativa, pairando em um estreito diálogo emulando o diálogo de veículos midiáticos; a questão do tempo e do lugar do evento comunicativo, relacionado à utilização de contextos impróprios na formulação de informações enganosas e ao uso de espaços criados, como páginas de internet fictícias para a sua veiculação, além do uso das próprias redes sociais; a definição dos papéis dos participantes da interação, que no caso das eleições presidenciais, substancialmente se deram da relação estabelecida entre determinados candidatos à presidência; em relação ao tipo de conhecimento e opiniões, verifica-se o compartilhamento de determinadas ideologias atreladas aos partidos políticos, e ainda a estrutura textual particular das *fake news*, que apesar de se relacionarem com as notícias do grande veículo midiático, em nada se parecem, possuindo uma estrutura própria que ganha valor de notícia.

Além do controle do discurso, há o controle da mente, que é considerado basilar para se reproduzir a dominação e a hegemonia, sendo muito mais que a mera aquisição de crenças sobre o mundo por meio do discurso e da comunicação (VAN DIJK, 2008b). Os modos como o poder e a dominação participam do controle mental é compreendido de acordo com 4 formas: **1)** os receptores tendem a aceitar crenças, conhecimento ou opiniões por meio do discurso dos que são considerados fontes autorizadas, confiáveis ou críveis; **2)** Em determinadas situações, os participantes necessitam ser os receptores dos discursos (educação); **3)** Em várias situações, não há a disponibilização em discursos públicos ou em meios de comunicação que permitam crenças alternativas e **4)** Os receptores podem não ter o conhecimento e as crenças necessárias para questionar (VAN DIJK, 2008b).

As *fake news* têm profunda relação com três desses quatro modos, ou seja, a credibilização das *fake news* por parte dos receptores se dá mediante o controle das suas mentes, que, por conseguinte, revela a dominação e a hegemonia por trás desse fenômeno. Nesse sentido, os leitores das *fake news* tendem a aceitar as crenças, conhecimento ou opiniões; nessa situação específica, eles necessitam receber a informação, por fim, os receptores não têm conhecimento necessário para questionar o material recebido. O terceiro modo possui uma relação particular, pois, por mais que os veículos da mídia divulguem as informações verídicas, até mesmo por meio das agências de checagem, os indivíduos permanecem acreditando na informação.

Segundo o autor, essas condições de controle da mente são contextuais e discursivas, na medida em que algo sobre os participantes do evento comunicativo é dito e sobre a estrutura e

as estratégias dos textos orais e escritos. (VAN DIJK, 2008b, p. 122). Assim, para van Dijk, a ACD estuda como as características do contexto (situação comunicativa) influem nas formas como os membros de determinado grupo dominado definem a situação em “modelos de contexto preferido” (VAN DIJK, 2008b). Além disso, a ACD também busca compreender o modo como as estruturas do discurso influenciam as representações mentais: “No *nível global* do discurso, os tópicos podem influenciar o que as pessoas veem como a informação mais importante da escrita e da fala, e assim fazer correspondência com os níveis superiores de seus modelos mentais” (VAN DIJK, 2008b, p. 122). De maneira parecida, a argumentação pode constituir-se persuasivamente por conta das opiniões sociais que se fazem “ocultas” em um conteúdo implícito, em que os receptores a tomam como certas. Levando em consideração isso, o autor considera como característica da manipulação a comunicação de crenças implícitas.

No tópico seguinte veremos mais especificamente a noção de texto, discurso e cognição empregados pelo autor para podermos compreender melhor as reflexões aqui expostas.

2.2.1 Discurso, Texto e Cognição

O presente tópico tem como objetivo traçar uma definição dos termos discurso, texto e cognição presentes em van Dijk (2000; 2008b;), com o objetivo de elencar o que cada um desses conceitos aborda sobre a visão do autor em relação a ACD para melhor compreendermos a abordagem sociocognitiva. Além disso, realizaremos um paralelo com outros autores para as distinções necessárias entre discurso, texto e cognição no autor.

A definição de discurso é cercada por diferentes concepções no campo de estudos da linguagem. No uso cotidiano da linguagem, a sua definição pode deslizar entre conceitos generalizados. É o que aborda van Dijk (2000), ao propor uma definição de discurso. Antes que o autor o defina, ele mostra como o discurso pode ser visto no uso corriqueiro, podendo ser aplicado a discursos públicos, ou, na linguagem oral, a um discurso específico, como o discurso de determinada pessoa. O autor considera que um outro uso de discurso muito difundido e informal, é o uso do termo nos meios de comunicação e em algumas ciências sociais, como quando utilizam, por exemplo, a expressão “discurso do neoliberalismo”, em que, segundo o autor, o uso do termo discurso não se refere de modo exclusivo ao uso da linguagem pelos pensadores ou políticos neoliberais, ou às ideias e filosofias que eles sustentam ou divulgam (VAN DIJK, 2000).

Para o autor, os analistas do discurso vão além dessas definições de sentido comum, e consideram que o discurso é uma forma de uso da linguagem, embora o autor ainda considera

essa definição imprecisa e nem sempre conveniente, mas que já introduz um conceito mais teórico para o termo: “Pretendem incluir outros componentes essenciais neste novo conceito; a saber, *quem* utiliza a linguagem, *como* a utiliza, *por que* e *quando* isso acontece”¹⁹ (VAN DIJK, 2000, p. 22). Para o autor, dizer que o discurso é um evento comunicativo implica uma característica que incorpora alguns desses aspectos funcionais:

Em outras palavras, as pessoas utilizam a linguagem para comunicar ideias ou crenças (ou para expressar emoções) e o faz como parte de eventos sociais mais complexos, por exemplo, em situações tão específicas como um encontro com amigos, uma chamada telefônica, uma lição na aula, uma entrevista de trabalho, uma consulta com o médico. Também quando leem ou escrevem uma notícia jornalística. (VAN DIJK, 2000, p. 22)

A essa definição, existe um ponto fulcral em relação às *fake news*. Se, como o autor considera, a linguagem serve para comunicar ideias ou crenças, ou também para expressar emoções, as *fake news*, portanto, comunicam ideias ou crenças, inclusive, por meio das emoções, tendo em vista o conceito da pós-verdade, que se dá a medida em que os fatos objetivos não importam tanto quanto às crenças e às emoções. As *fake news*, como manifestação dessa relativização, busca ratificar a credibilização das informações postas mediante as crenças e as emoções, fazendo uso da linguagem de maneira específica. No artigo *The post-truth in social networks as a discursive resource for mass manipulation*, Istárlet de Melo (2021) afirma que “a ‘pós-verdade’ se instaura no advento das redes sociais como mais um recurso discursivo para a manipulação de massa”.

Segundo a autora, a pós-verdade foi considerada a palavra do ano de 2016, apontada como tal pelo Oxford Dictionaries. A palavra é definida neste dicionário como “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”. A pesquisadora aponta que a pós-verdade, ou post-truth, está intimamente ligada ao contexto político e que a repercussão midiática que conquistou a vitória de Donald Trump nas eleições dos Estados Unidos e a campanha próspera do Brexit, movimento ligado à saída da Grã-Bretanha da União Europeia, são marcos originários do mesmo ano em que a palavra ganhou destaque. (MELO, 2020, p. 5).

Segundo Melo (2021) existe, na disseminação das *fake news*, a questão da heterogeneidade discursiva, em que os vários discursos formam uma rede que atravessa a questão do contexto e da história. Assim, essa poderosa arma do século XXI, como se refere à autora, estabelece a venda de informações falsas buscando favorecer determinado indivíduo em detrimento de outro. (MELO, 2021, p. 6).

¹⁹ Tradução das autoras.

Para van Dijk (2000), nos eventos de comunicação, os participantes fazem algo, e esse algo se estabelece mais além de usar a linguagem para comunicar ideias ou crenças, eles interagem. Nessa primeira definição de discurso, o autor aponta três dimensões principais: a) o uso da linguagem; b) a comunicação de crenças (cognição) e c) a interação em situações de natureza social (VAN DIJK, 2000).

O autor também considera que o uso do termo, nesse contexto, também pode gerar ambiguidade, em que caracterizar o discurso como um evento de comunicação é falar do discurso de maneira geral, embora não gere muitos problemas, pois “do contexto ou do texto imediato (o ‘cotexto’) se pode inferir o significado particular que se atribui ao término” (VAN DIJK, 2000, p. 25). Mesmo levando isso em consideração, o autor pondera: “devemos ter consciência clara da diferença teórica entre o uso abstrato do término ‘discurso’ quando nos referimos a um tipo de fenômeno social geral e o uso específico que fazemos dele quando nos ocupamos de um exemplo concreto[...]” (VAN DIJK, 2000, p. 25). E ainda finaliza que a ambiguidade não se encerra aí, tendo em vista ao uso que se faz do discurso em relação às ideias ou à ideologia, tendo em vista à vinculação do termo também a ideia, por exemplo, de um discurso neoliberal, como já apontado anteriormente, ou um discurso machista, ou um discurso capitalista etc. E que, devido essa condição muito geral, alguns estudiosos evitam, ou, às vezes, esse sistema recebe o nome de *ordem do discurso*, fazendo uma menção clara ao trabalho desenvolvido por Foucault (2014).

Para Foucault (1986), tudo está imerso nas relações de poder e saber, que estão implicadas, mutuamente por enunciados (acontecimentos) e visibilidades, textos e instituições e as ações de falar e ver constituem práticas sociais vinculadas às relações de poder, que se supõem e se atualizam. Portanto, o discurso ultrapassa a simples referência a coisas no mundo, e vai além de palavras, frases, apresentando regularidades próprias. Assim, a simples conceituação de *fake news* se dá mediante uma relação que não está na mentalidade e nem na consciência dos indivíduos, mas está no próprio discurso:

Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irredutíveis à língua e ao ato da fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever. (FOUCAULT, 1986, p. 56).

Para Foucault (1986) o discurso é visto como um conjunto de enunciados que se apoiam na mesma formação discursiva. Na definição de discurso também cabe dizer que para o referido autor, sujeito são indivíduos sócio-históricos, constituídos através de outros ditos. Algo bem

característico da abordagem dialógica de Bakhtin (2003). Para Foucault, os enunciados estão inscritos em algumas formações discursivas e ajustado a um certo regime de verdade. A mídia, por exemplo, é marcada como o lugar de onde várias instituições e sujeitos falam, é o veículo de divulgação e informação dos discursos considerados verdadeiros em nossa sociedade, que se coloca como criadora de um discurso próprio, mas a sua formação discursiva é marcada por heterogeneidade (FISCHER, 2001).

Na aula inaugural no College de France, em 2 de dezembro de 1970, Foucault explica que o discurso tem a função de controle e validação das relações de poder estabelecidas em contexto sócio-histórico a partir de grupos sociais diversos. Foucault, além de outras coisas, fala sobre três mecanismos de exclusão que são externos aos discursos, e, especificamente, o terceiro, “a vontade de verdade”. Segundo o autor, este mecanismo está inserido entre o verdadeiro e o falso, na relação do que deve ser considerado real e o que deve ficar à margem da razão.

Voltando à definição de van Dijk, ainda no capítulo “El estudio del Discurso”, da obra “El Discurso como Estructura y Proceso”, Van Dijk (2000) aponta para uma estrutura mais específica do discurso, em que realiza uma compreensão do discurso a partir de duas perspectivas: o discurso como estrutura verbal e o discurso como ação e interação na sociedade. Na parte do discurso como estrutura verbal, o autor aponta alguns níveis: o som, a visão e o corpo; ordem e forma; sentido; estilo; retórica e esquemas. Na perspectiva do discurso como ação e interação na sociedade, o autor considera os atos de fala, a conversação como interação, as estruturas abstratas e o uso concreto da linguagem.

Para van Dijk (2000), a análise do discurso pode começar por analisar um nível de manifestações observáveis: “sons audíveis e marcas visuais (cartas, figuras, cores, etc.) escritas sobre o papel, quadros ou telas de computadores (incluindo, impressões magnéticas em um disco de computador).” (VAN DIJK, 2000, p. 28). O autor considera, ainda, que a análise da dimensão visual do discurso é indispensável, especialmente no tempo de comunicação “multimídia”, e que, o estudo da publicidade, dos livros, de textos, e dos programas de televisão exigem um enfoque multimídia ou multimodal. E que, além disso:

Não obstante, junto com os sons do discurso, a atividade não verbal tem um papel importante na interpretação cara a cara (e, claro, na compreensão do discurso nos filmes). O fato de um interlocutor estar com raiva não somente se manifesta na seleção particular de palavras que faz, ou no volume, altura ou entonação dos sons que emite, mas também na expressão de seu rosto e em seus gestos. Este exemplo mostra, sem dúvidas, que os eventos de comunicação não se constituem só por palavras. (VAN DIJK, 2000, p. 29).

Compreender esses aspectos (auditivos, visuais e corporais) do discurso pressupõem diferenciar duas modalidades distintas de discurso: a conversação e o texto. Para o autor, a conversação é o discurso falado, que compreende as conversações cotidianas, entre outros tipos de diálogos, como debates, reuniões, interações entre médico e paciente etc. O texto, ou como van Dijk considera, o discurso escrito, define um grande conjunto de grandes tipos de discurso, como as notícias dos jornais, os artigos acadêmicos etc. Além disso, os diferentes tipos de discursos, podem se definir a partir de critérios específicos, definindo uma tipologia: “definem conjuntos ou classes de tipos de discursos” (VAN DIJK, 2000, p. 29), e que a combinação desses critérios podem ser utilizados para definir tipos “naturais” de discurso, ou gêneros, ou seja, “tipos conhecidos e empregados pelos usuários da linguagem, entre os quais, as conversas são contadas” (VAN DIJK, 2000, p. 29).

Em relação aos níveis de ordem e forma, esses dois fatores não são determinados por convenções arbitrárias e, sim, em relação a suas funções em determinados contextos. Segundo van Dijk, os analistas do discurso estudam como outras orações no texto ou na conversação influenciam na forma de determinadas orações (VAN DIJK, 2000). Nesse sentido, a forma é relativa e dependente do contexto em que aparece. Em relação à ordem, as palavras ou frases em uma oração podem cumprir diversas funções em relação às outras orações no discurso, como indicar informação nova, ênfase etc. É assim que a questão da sintaxe do discurso, apontada pelo autor, tem como objetivo verificar como se dá a distribuição da informação no discurso.

No nível do sentido, o autor se refere aos sentidos abstratos e conceituais próprios das palavras, das orações, das sequências de orações e de discursos inteiros, em que a semântica do discurso estuda a estrutura das proposições (os sentidos de toda cláusula ou oração), principalmente as relações entre as proposições de um discurso. (VAN DIJK, 2000). Assim, o autor aponta que existe, nesse aspecto, o princípio da relatividade do discurso, em que as proposições estão influenciadas pelas proposições prévias no texto ou na conversação, ou seja, o significado de uma oração é determinado pelo o que é dito anteriormente. Sobre a noção semântica, a questão da coerência (a conexão de sentido das orações, as proposições). É possível estudar a coerência sob a ótica do micronível, em que as proposições aparecem uma em continuação da outra, e no macronível, em que podemos estudar as proposições em sua totalidade no discurso. O teórico também aponta para os aspectos do estilo, da retórica e os esquemas presentes no discurso. Sobre o estilo, aponta uma definição em relação à variação. O estilo presente no discurso se daria em razão da escolha de determinados vocábulos para se referir a algo, e isso dependeria do tipo do discurso ou do pertencimento do falante ou escritor a determinado grupo. Além disso, quando essas variações ocorrem em relação ao contexto, se

está diante das características do estilo do discurso. A análise do estilo também permite verificar um conjunto de características de um gênero, de um falante, de um grupo humano, de uma situação social ou de um período literário, inclusive, de toda uma cultura.

Sobre a retórica, Dijk aponta que, em um sentido mais amplo, podemos considerá-la como precursora do que se define hoje como estudos do discurso, pois a busca pelo estudo dos meios do que tornava um discurso memorável e persuasivo fizeram com que se chegasse às figuras da retórica, embora nem todos os discursos apresenta as figuras das estruturas retóricas, como rima, aliteração, ironia, hipérbole, entre outras. Por fim, os esquemas estariam no nível do discurso em razão das estruturas globais formais desses discursos, podendo se definir como estruturas esquemáticas ou superestruturas, podendo ser decomposta em uma série de componentes convencionais ou categorias fixas para verificar as regras que são estabelecidas a ordem da estrutura de um discurso. No tópico a seguir, você verá como a emoção, os co-específicos e as bolhas sociais estão relacionadas as *fake news*.

2.3 A emoção, os co-específicos e as bolhas sociais

Buscando entender como se dá a relação entre a emoção e sua influência na compreensão das informações, o que é essencial para o entendimento sobre as *fake news*, inicialmente, é necessário abordar o que de fato é a emoção a partir da visão cognitiva. Para Maturana (2002), a sociedade como um todo, ao declarar que os seres humanos são seres racionais, desvaloriza as emoções, obstruindo o entendimento de que “todo o sistema racional tem um fundamento emocional” (MATURANA, 2002, p. 15). Diferentemente de sentimento, para o autor, as emoções, biologicamente falando, “são disposições corporais dinâmicas que definem os diferentes domínios de ação em que nos movemos”. Nesse sentido, quando se muda de emoção, muda-se de domínio de ação.

Ao mesmo tempo todos sabemos que, quando estamos sob determinada emoção, há coisas que podemos fazer e coisas que não podemos fazer, e que aceitamos como válidos certos argumentos que não aceitaríamos sob outra emoção (MATURANA, 2002, p. 15).

É nesse entendimento que passamos a compreender como as emoções funcionam e nos fazem operar em determinada situação, atuando no relacionamento mútuo com a racionalidade. Nesse sentido, “coisas ditas com raiva têm um poder, um valor ou uma respeitabilidade diferente daquelas ditas na serenidade e no equilíbrio”, pois a racionalidade empregada na raiva, por exemplo, baseia-se em premissas distintas, que são aceitas em um primeiro momento a partir das preferências definidas pela emoção raiva. Para Maturana, todo o sistema racional se constitui no operar com premissas previamente aceitas, a partir de uma certa emoção. Essa

afirmação denota a clareza sobre a constituição da racionalidade, que é fundamentada em premissas aceitas por escolha, por afinidade ou por preferências, por exemplo.

Nunca brigamos quando o desacordo é apenas lógico, isto é, quando o desacordo surge de um erro ao aplicar as coerências operacionais derivadas de premissas fundamentais aceitas por todas as pessoas em desacordo. Mas há outras discussões que geram conflitos: é o caso de todas as discussões ideológicas. Isso acontece quando a diferença está nas premissas fundamentais que cada um tem. Esses desacordos sempre trazem consigo uma explosão emocional, porque os participantes vivem seu desacordo como ameaças existenciais recíprocas. Desacordos nas premissas fundamentais são situações que ameaçam a vida, já que um nega ao outro os fundamentos de seu pensar e a coerência racional de sua existência (MATURANA, 2002, p. 17).

Ao afirmar o que se expõe anteriormente, podemos relacionar a questão da credibilidade lançada às *fake news*, que se concretiza porque elas mexem com as premissas fundamentais aceitas previamente em função das suas ideologias, tanto é que o argumento lógico contrário às informações falsas é observado indiferentemente. Além disso, as bolhas protagonizam os desacordos, tendo em vista as ideologias que percorrem determinados posicionamentos. Segundo Michiko Kakutani (2018), há um instinto primitivo para que o ser humano defenda a sua tribo justificado pela tendência da humanidade em produzir respostas emocionais em vez de respostas intelectuais ao serem questionadas.

Para Damásio (2009), as emoções são programas de ações complexos e automatizados. As emoções, nesse caso, são ações que se executam em nosso corpo, sendo percebidas por meio de expressões faciais e posturas, por exemplo. O autor contrapõe as emoções aos sentimentos emocionais, que, segundo ele, são as percepções do que ocorre em nosso corpo e mente quando a emoção está acontecendo. Para ele, as emoções são acompanhadas por ideias e maneiras de pensar, já os sentimentos emocionais são voltados à percepção do que o nosso corpo faz durante a emoção.

A emoção está intimamente relacionada às *fake news*, tendo em vista que o estado emocional influencia diretamente na tomada de decisões, na avaliação e no julgamento de uma informação²⁰. Essa é uma das abordagens de uma pesquisa realizada na Universidade de Strathclyde, na Escócia, em que cientistas descobriram que pessoas com alta inteligência emocional conseguem identificar *fake news* com mais facilidade.²¹ Isso prova a relação intrínseca entre a emoção e em como avaliamos as informações, o que atesta a definição de

²⁰ Disponível em: <https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/inteligencia-emocional-ajuda-a-detectar-noticia-falsa-indica-estudo-16032021>. Acesso em: 30 out. 2021. É importante que você expresse que o que leu está nas referências que usou aqui, Istárlet.

²¹ Disponível em: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0246757>. Acesso em: 30 out. 2021.

emoção de Maturana (2001) e a condição de estar sob determinada emoção, o que define a aceitação de determinados argumentos a partir de determinados estados emocionais. Não é à toa o resultado da pesquisa, pois quando temos mais controle sob nossos estados emocionais, podemos controlar nossas reações mediante determinada situação, como algum assunto abordado em alguma *fake news*, por exemplo.

Deixando um pouco de lado a definição de emoção e partindo para o campo da cognição e o processo humano de transmissão cultural, para Tomasello (1999), a única explicação possível para o tempo que separa os humanos dos chimpanzés em relação às diferenças entre os primatas e as habilidades cognitivas humanas, que resultou em desenvolvimento complexo de aptidões e uso de ferramentas, se deve a um único mecanismo que possibilitaria a mudança no comportamento e na cognição em tão pouco tempo (6 milhões de anos, considerado pouco tempo para uma diferença dessa magnitude): a transmissão social ou cultural.

A transmissão cultural, segundo o autor, é um processo evolucionário comum, que permite que cada organismo poupe muito tempo e esforço na exploração do conhecimento e das habilidades já existentes dos co-específicos. Para o autor, o conjunto de habilidades e produtos que são manifestados pelos humanos partem de um modo específico de transmissão cultural. Em explicação à origem desse conjunto, o autor pontua: “algum indivíduo ou grupo de indivíduos inventou uma versão primitiva de artefato ou prática, e depois um usuário ou usuários posteriores fizeram uma modificação, um ‘aperfeiçoamento’, que outros talvez adotaram sem nenhuma alteração por muitas gerações” (TOMASELLO, p. 6, ano).

Assim, até outro indivíduo ou grupo de indivíduos fazerem outra modificação e ser adotada por outros grupos ao longo do tempo, criando uma espécie de catraca cultural. Algo a se destacar dessa concepção é que “quando um ser humano está aprendendo ‘através’ de um outro, ele se identifica com esse outro e com seus estados intencionais e às vezes mentais” (TOMASELLO, p. 8, ano). É interessante, portanto, supor o próprio ato de compartilhamento de *fake news* nas redes sociais, em que indivíduos e grupos de indivíduos partem da aprendizagem cultural para difundir informações falsas a partir de um processo de identificação de seus estados emocionais e, dessa forma, intencionais.

Esse processo de identificação parte da pressuposição filogenética, em que os seres humanos se desenvolveram devido à capacidade de se identificarem entre si, ou seja, de se identificarem com seus co-específicos, levando ao entendimento destes como seres mentais e intencionais iguais a ele mesmo. Trazendo esse conceito para o campo das bolhas sociais virtuais, para Pierre Levy (1999), as comunidades virtuais são construídas a partir de afinidades

de interesses, de conhecimentos, em um processo de cooperação ou troca, o que independe de região, não excluindo as emoções fortes.

Como verificamos a partir da teoria de Tomasello, os seres humanos sempre aprenderam e se estabeleceram em grupos, sendo bastante compreensível o que podemos entender sobre o que seriam as bolhas sociais, tendo em vista a aproximação entre os indivíduos a partir de uma mesma transmissão cultural, assim, mesmos valores, crenças, ideologias. Com a internet, essa afinidade se estabelece a partir de outros elementos e também se intensifica. Esses outros elementos são estabelecidos, por exemplo, a partir de filtros, em que “as informações recebidas são personalizadas e filtradas com base em seus gostos pessoais” (PELLIZZARI; JUNIOR, 2019, p. 62).

Para Claire Wardle (2017), é menos provável que critiquemos as informações as quais apoiam nossas crenças. Segundo a autora, as mensagens coordenadas e consistentes enganam facilmente nossos cérebros. Por conta da exaustão causada pela quantidade absurda de informação, quando vemos muitas informações sobre um mesmo tema, o cérebro usa isso como uma espécie de atalho para a credibilidade. Como a sobrecarga de informações esgota nossos cérebros, somos muito mais fáceis de influenciar. Ainda, para Claire, quando os humanos estão com raiva e com medo, suas habilidades de pensamento crítico diminuem.

No prefácio de Lucia Santaella (2018) para o livro *Como Sair das Bolhas*, de Pollyana Ferrari, a autora aborda que as bolhas eram entendidas como um espaço temporário, bem definido, que servia para juntar todas as interfaces, formatos e concordâncias para o gerenciamento de pessoas, de grupos, públicos e interações informacionais (SANTAELLA, 2018, p. 11). Ainda, para a autora:

Quando filtra para fora, as pessoas, dentro da bolha, decidem o que querem enviar para outros fora da bolha. O fluxo informacional para dentro da bolha baseia-se em requisições e necessidade de informação. Bolhas podem ser criadas quando quer que sejam necessárias para uma comunidade ou para uso global (SANTAELLA, 2010, p. 166).

Para Santaella, a popularização das redes sociais propiciou a mudança no conceito de bolhas, tendo em vista a inserção dos algoritmos para pesquisa de perfil psíquico, social, econômico, político, entre outros. Esses motores de busca são personalizados e restringem visões que sejam distintas, em que os indivíduos ficam presos em suas bolhas e em interação com quem pensa de maneira similar, cultivando as mesmas crenças, emoções, entre outros.

Esses filtros de bolhas fazem com que o usuário das redes sociais perca o controle do seu meio social e passe a ser controlado pelo algoritmo, que classifica as ações realizadas e escolhe quais pessoas são parecidas e realizam atos parecidos para prosseguir disponibilizando

informação por ela. (PELLIZZARI; JUNIOR, 2019, p. 62). Assim, inclusive, compartilhando das mesmas crenças que direcionam a espalhar *fake news*, por exemplo. Vale destacar que apesar dos algoritmos serem modelos matemáticos tecnológicos, não são neutros, tendo em vista que por trás desses fatores são observadas ações humanas, ou seja, os matemáticos e cientistas computacionais.

As bolhas são, então, grupos de indivíduos que partilham as mesmas crenças e, portanto, realizam a transmissão cultural de determinadas ações em cadeia. Esses indivíduos são, pois, co-específicos que se identificam e compartilham valores, ações, crenças, sentimentos, emoções, etc. Essas bolhas partem das relações já existentes no mundo externo para existirem no mundo virtual, possibilitando novas configurações de interação. É a partir delas, que o compartilhamento de determinadas informações se assemelha ao que vemos como catraca cultural, fazendo com que outros indivíduos aprendam e vão modificando e criando novas versões das ações já realizadas. É nesse sentido que identificamos as *fake news* como um aspecto desse aprendizado em cadeia, que, infelizmente, faz com que muitos se mobilizem para a disseminação de informações infundadas.

2.3.1. O conceito de gêneros textuais e as *fake news*

Os gêneros são entidades comunicativas em que se relacionam os aspectos de funções, propósitos, ações e conteúdos. Nesse sentido, são entidades dinâmicas, sócio-históricas e variáveis, o que leva a sua multiplicidade. Para compreendê-los, é preciso destacar que não se pode observar os gêneros textuais e os tipos textuais como categorias dicotômicas, e sim como aspectos constitutivos do funcionamento da língua em situações comunicativas do cotidiano, tal como afirma Marcuschi (2008, p. 155):

Os gêneros textuais são os textos que encontramos em nossa vida diária e que apresentam padrões sociocomunicativos característicos definidos por composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados na integração de forças históricas, sociais, institucionais e técnicas.

Os gêneros textuais²² também são enquadrados, segundo Marcuschi (2008), como um sistema de controle social. Nesse caso, são atividades discursivas socialmente estabilizadas, se prestando aos variados tipos de controle social e exercício de poder. Assim, a ideia de que

²² Categorizar o gênero em textual ou em discursivo tem sido tema de discussão entre os estudiosos da área. Escolhemos a definição de gênero textual devido à concentração na materialidade textual do nosso *corpus*, mas sabemos que “o texto é o aspecto visível e concreto da manifestação de discurso e gênero” (BEZERRA, 2017).

somos livres é irreal, visto que somos seres sociais e a sociedade nos molda sob vários aspectos, conduzindo-nos a determinadas ações:

Desde que nos constituímos como seres sociais, nos achamos envolvidos numa máquina sóciodiscursiva. E um dos instrumentos mais poderosos dessa máquina são os gêneros textuais, sendo que seu domínio e manipulação depende boa parte da forma de nossa inserção social e de nosso poder social. (MARCUSCHI, 2008, p. 156).

É nesse sentido que o caráter que enquadra a língua como um instrumento meramente comunicativo e informacional é deixado de lado, visto que as atividades discursivas servem como controle social e cognitivo, ou seja, quando se quer exercer qualquer tipo de poder e influência, recorre-se ao discurso para o tal feito.

Marcuschi (2008) ainda pontua sobre os gêneros emergentes da mídia digital e considera que a interação online tem a possibilidade de acelerar a evolução dos gêneros. Nesse sentido, um novo meio tecnológico, que traz mudanças de forma significativa em nossas interações sociais, também interfere na natureza do gênero que, por sua vez, é denominado a partir dos critérios: (i) **Forma Estrutural**; (ii) **Propósito Comunicativo**; (iii) **Conteúdo**, (iv) **Meio de transmissão**; (v) **Papéis dos interlocutores**; (vi) **Contexto situacional**.

Já para Bakhtin (2003, p. 262), que define gêneros do discurso como “tipos relativamente estáveis de enunciados”, a linguagem só existe na comunicação dialógica e o discurso é uma construção do encontro de discursos de outros, dando forma a uma interação viva. Para o filósofo, o reconhecimento dos diferentes gêneros baseia-se apenas em três dimensões: a) conteúdo temático, b) construção composicional e c) estilo. São esses elementos que estão ligados ao enunciado e determinados pelo campo da comunicação. O que nos interessa das definições dos dois autores aqui apresentadas é a relação do texto com o discurso.

De acordo com Fiorin (p. 162, 2012), “certas relações que se estabelecem entre o texto e o discurso dão uma dimensão sensível ao conteúdo, porque ele não é apenas veiculado pelo plano da expressão, mas recriado nele”. O texto e o discurso mantêm determinadas diferenças, e para isso o autor trata das relações entre imanência e manifestação. O discurso é da ordem da imanência, ou seja, o discurso é da ordem do conteúdo, enquanto o texto é da manifestação, ou seja, do plano da expressão. Nesse sentido, a relação entre o texto e o discurso se dá pela pressuposição de que o texto é a manifestação de um discurso, e este, por sua vez, pode se concretizar em muitos textos. Ainda para este pesquisador, o discurso e o texto são produtos da enunciação que diferem entre si, sendo a distinção e a relação entre eles necessárias.

Marcuschi (2008), mesmo preferindo utilizar a expressão gênero textual, coordena concepções sustentadas com base nas reflexões sobre o discurso, sendo categórico em afirmar

que o gênero está entre o discurso e o texto, condicionando a atividade enunciativa; proposta enquadrada na perspectiva de Bakhtin. A relação de campo discursivo em Bakhtin pode ser relacionada ao conceito de domínio discursivo de Marcuschi, em que o autor o define como esfera da atividade humana no sentido bakhtiniano, dando origem a diferentes gêneros, ainda constituintes de práticas discursivas.

Para Vicente e Melo (2020), as *fake news* “são textos encontrados no cotidiano e que apresentam padrões sociocomunicativos específicos, composições funcionais, objetivos enunciativos e estilos concretamente realizados, integrando forças históricas, sociais, institucionais e técnicas” (p. 582). No que se refere às características composicionais de gênero de que fala Marcuschi, elas estão enquadradas nos seguintes itens: (i) Forma Estrutural (manchete, linha fina, lide, corpo do texto, imagem, desarmonização tipográfica, fonte da imagem incoerente); (ii) Propósito Comunicativo (causar a desinformação, manipular, disseminar o medo, o ódio); (iii) Conteúdo (política), (iv) Meio de transmissão (internet, sites e redes sociais); (v) Papéis dos interlocutores (emissor e receptor de informações); (vi) Contexto situacional (período eleitoral de 2018).

Em relação às dimensões dos gêneros, segundo Bakhtin (1997), as autoras afirmam que as *fake news* possuem a característica de tempo, manipulando notícias anteriormente factuais e descontextualizando o seu conteúdo original. Além disso a intertextualidade está presente nesse processo de descontextualização, em que “trechos do texto base” são literalmente copiados e apenas adiciona-se um complemento à lide. Um outro aspecto importante se refere à construção de narrativas sobre alguém de notoriedade social e utilização de sensacionalismo. Ainda, as autoras pontuam que as *fake news* apresentam conteúdos “descompromissados com as informações genuínas e descontextualizados sócio-historicamente, o que os tornam equivocados” (p. 583).

Após a apresentação da fundamentação teórica e na intenção de apresentar como nos atemos aos dados e aplicamos tais conceitos, o capítulo a seguir tratará da metodologia adotada nesta pesquisa.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA E LEVANTAMENTO DE DADOS

Neste capítulo, abordaremos a metodologia que constituiu a pesquisa e a análise dos dados, seção dividida em quatro partes. A primeira parte diz respeito aos aspectos metodológicos adotados na pesquisa, que indicam os caminhos realizados para a sua construção. Na segunda parte, expomos os procedimentos que foram tomados para a coleta de dados. A terceira parte está destinada ao tratamento que foi dado ao *corpus* e a quarta e última parte, à apresentação das categorias de análise adotadas.

3.1 Aspectos Metodológicos

O método de pesquisa adotado para esta dissertação é o *qualitativo*. A partir do entendimento de que pesquisar é um debruçar-se sobre a realidade, indagando-a para refletir e, conjuntamente, construir outras realidades possíveis, entendemos que o tipo da pesquisa adotado satisfaz a nossa necessidade, no entanto, é preciso salientar que em alguns momentos serão também utilizados dados *quantitativos* que auxiliarão à análise.

Segundo Minayo (2009), a pesquisa qualitativa se ocupa do universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes:

Esse conjunto de fenômenos humanos é entendido aqui como parte da realidade social, pois o ser humano se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes (MINAYO, 2009, p. 21).

É, pois, sabendo sobre esse universo de significados, que o caminho percorrido nesta dissertação se enquadra na perspectiva de pesquisa em Ciências Sociais, pois sabemos que o objeto da pesquisa é histórico, social, carregado de valores, ou seja, ideologia, tanto do pesquisador quanto do pesquisado. Embora isso seja um aspecto próprio da pesquisa em ciências humanas, é imprescindível o distanciamento do rigor científico (não positivista) para a realização do estudo, pois é o que dá propriedade, objetividade e clareza aos resultados da pesquisa.

Como procedimentos metodológicos, esta pesquisa utilizou, em primeiro lugar, a pesquisa bibliográfica, pela qual nos debruçamos sobre todas as informações necessárias acerca da temática e da fundamentação teórica, que foram basilares para o desenvolvimento da análise do fenômeno. Utilizamos também a pesquisa documental, a partir desse tipo de pesquisa pôde-se catalogar todo o material coletado, pois, segundo Gil (2002), a pesquisa documental “vale-

se de materiais que ainda não receberam um tratamento analítico, ou que ainda pode ser reelaborado de acordo com os objetos de pesquisa”. (GIL, 2002, p. 45). Apesar de utilizarmos o método qualitativo, também utilizaremos o método quantitativo no que diz respeito aos dados coletados e recorrência das categorias encontradas, apresentando aspectos inerentes à pesquisa.

3.2 A coleta de dados

Na pesquisa, buscou-se verificar a legitimação de um conteúdo atestado como *fake news*, por isso recorremos a agências de checagem para a coleta de dados e para constituição do *corpus*. Nesse sentido, coletamos as *fake news* do site da Agência Lupa, que é conhecida por ser a primeira agência especializada em fact-checking do Brasil. Sua metodologia de checagem começa com a observação diária do que é dito por políticos, líderes sociais e celebridades, em diferentes meios de circulação, como em jornais, revistas, rádios, programas de tv e na internet.²³ Ela seleciona a oração em que pretende trabalhar considerando três critérios: (i) afirmações feitas por personalidades de destaque nacional, (ii) assuntos de interesse público que afetam o maior número de pessoas e (iii) destaque na imprensa ou na internet. Em resumo, preocupam-se com “quem fala”, “o que fala” e “que barulho faz”. Ainda em sua metodologia, a agência informa que não checa opiniões, apenas quando são contraditórias, esforçando-se para verificar o grau de veracidade das frases que contenham dados históricos, estatísticos, comparações e informações relativas à legalidade ou constitucionalidade de um fato.

Após a análise das informações, a agência classifica (etiqueta) o que foi analisado de acordo com as seguintes categorias: verdadeiro (informação comprovadamente correta), verdadeiro, mas (a informação está correta, mas o leitor merece mais explicações), ainda é cedo para dizer (a informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é.), exagerado (a informação está no caminho correto, mas houve exagero), contraditório (a informação contradiz outra difundida antes pela mesma fonte), subestimado (os dados são mais graves do que a informação), insustentável (não há dados públicos que comprovem a informação), falso (a informação está comprovadamente incorreta), de olho (etiqueta de monitoramento).

A Agência Lupa é membro validado pela International Fact-checking Network (IFCN), passa por auditorias independentes todos os anos e cumpre compromissos éticos estabelecidos pela rede de checadores: (i) são apartidárias e justas; (ii) são transparentes em relação às fontes,

²³ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-fazemos-nossas-checagens/>. Acesso em: 15 de abril de 2020.

ao financiamento, à organização e à metodologia, por fim (iii) adotam uma Política de Correções Abertas e Honestas²⁴.

O período de coleta para constituição do *corpus* foram os meses que antecederam as eleições de 2018, compreendidos em agosto, setembro e outubro de 2018, período em que as campanhas se intensificam, buscando verificar a produção de *fake news* nos meses que antecederam o primeiro turno das eleições. Nesse sentido, o *corpus* de análise desta pesquisa é composto por 106 *fake news* checadas pela Agência Lupa no período definido.

Essas publicações checadas pela agência foram publicadas em matérias que tinham, em sua manchete, a descrição com uma hashtag #VERIFICAMOS e etiquetadas com FALSO. Foi acessado o arquivo da agência no que diz respeito à seção 2018 e foi feita uma coleta em relação às matérias dos meses especificados, vide agosto, setembro e outubro, que expuseram as *fake news* desse período. Essas *fake news* coletadas circularam pelas redes sociais Facebook e WhatsApp, além de páginas da internet.

Para os três meses selecionados para apuração dos conteúdos, levamos em consideração dois meses anteriores ao período de votação do primeiro turno, que ocorreu em 28 de outubro de 2018. Consideramos importante analisar esse momento anterior, por permitir verificar as *fake news* anteriores ao período de votação e as *fake news* produzidas durante o mês de votação, permitindo uma melhor observação das construções das narrativas. Em relação ao quantitativo do *corpus*, no mês de agosto foram apuradas 14 *fake news*; em setembro, 17; e em outubro, 37. Vale informar que em relação à coleta, foram apenas selecionadas *fake news* que se referiam a imagens e textos, tanto nas redes sociais, quanto nas páginas de internet, não se atendo a outros formatos, como vídeos, áudios etc. A primeira *fake news* publicada pela agência data de 02 de agosto de 2018 e a última *fake news* divulgada, do dia 28 de outubro de 2018.

Para a catalogação dessas *fake news*, utilizou-se a ferramenta do *Print Screen*, um recurso disponibilizado pelo computador para capturar as imagens da tela, e logo depois editada pela ferramenta *Paint* também do computador, para os conteúdos em que o print não estava disponibilizado no próprio site da agência. O objeto da pesquisa foi delimitado ao ano de 2018, do tema eleições 2018 e suas respectivas *fake news* reconhecida por meio da agência de checagem.

²⁴ Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>. Acesso em: 31 mai. 2020

3.3 O tratamento do *corpus*

Segundo Minayo (2009), o tratamento do *corpus* consiste em uma classificação dos elementos que constituem o conjunto de dados:

Podemos considerar a categorização como "uma operação de classificação de elementos constitutivo de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com critérios previamente definidos. as categorias são rubricas ou classe, as quais rúnem um grupo de elementos (unidades de registro) sob um título genérico" (BARDIN, 1979, p. 117) (MINAYO, 2009, p. 88).

Assim, a categorização, segundo a autora, “tanto pode ser realizada previamente, exigindo um conhecimento sólido por parte do pesquisador para encontrar um esquema classificatório adequado ao assunto a ser analisado, como pode surgir a partir da análise do material de pesquisa” (MINAYO, 2009, p. 88)

Sabendo desse processo, para o tratamento dos dados coletados, categorizamos as *fake news* a partir de três tipologias: *Fake news como Comentário*, *Fake news como Página de Notícia* e *Fake news como Publicações nas Redes*. Essas categorias foram estabelecidas a partir das diferenças estruturais existentes nas *fake news* no que diz respeito ao canal de veiculação e ao texto verbal que continha. Podemos verificar esses dados a partir da tabela a seguir.

Tabela 1 – Quantitativa das *Fake news* – Tipologias*

Tipologias	Quantidade por mês
	Agosto/2018
<i>Fake news</i> como Comentário	9
<i>Fake news</i> como Página de Jornais	5
<i>Fake news</i> como Publicações nas Redes	11
Total:	25
Tipologias	Setembro/2018
<i>Fake news</i> como Comentário	15
<i>Fake news</i> como Página de Jornais	4
<i>Fake news</i> como Publicações nas Redes	11
Total:	30
Tipologias	Outubro/2018
<i>Fake news</i> como Comentário	17
<i>Fake news</i> como Página de Jornais	2
<i>Fake news</i> como Publicações nas Redes	32
Total:	51
Total de <i>Fake news</i>	106

*A contabilização se deu a partir da mesma estrutura divulgada, *fake news* em diferentes páginas, mas com o texto idêntico, foi contabilizada apenas como uma.

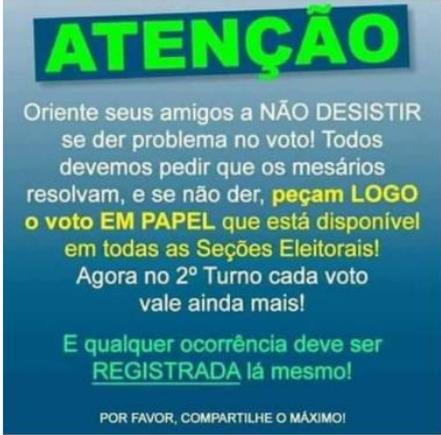
Em relação às tipologias, como já citado, dividimos as *fake news* coletadas de agosto a outubro no site da Agência Lupa em três grupos: *Fake news como Comentário*, *Fake news como Página de Notícia* e *Fake news como Publicações nas Redes*. A categoria *Fake news como Comentário* foi estabelecida a partir do critério das *fake news* publicadas em redes sociais e que continham, no print, os comentários/textos junto à publicação. A categoria *Fake news como Página de Notícia* corresponde às *fake news* que estruturalmente apresentam semelhanças ao gênero notícia jornalísticas, que são divulgadas por páginas falsas. E, por último, a categoria *Fake news como Publicações nas Redes* consistem nas *fake news* publicadas nas redes sociais, mas que, no print, não contêm comentários/textos juntos à publicação. Depois de categorizadas, as *fake news* foram transcritas e organizadas em uma tabela.²⁵

Na tabela a seguir, podemos observar os exemplos em relação às categorias abordadas.

Quadro 3 – Tipologias das *Fake news*

Tipologias	Exemplos
<i>Fake news</i> como Comentário	
<i>Fake news</i> como Página de Notícia	

²⁵ Vide anexo na página 108.

<p><i>Fake news</i> como Publicações nas Redes</p>	
--	--

Como podemos ver, no total, foram coletadas 106 *fake news*, em que 25 foram coletadas no mês de agosto, 30 foram coletadas no mês de setembro e 51 no mês de outubro. Pode-se verificar uma grande quantidade de *fake news* no mês de votação do primeiro turno, o que revela maior produção e veiculação. Desse total, a categoria “*Fake news* como Comentário”, que totalizava 41 *fake news*, foi descartada, tendo em vista o intuito de estabelecer um padrão focado no texto principal das *fake news*. A partir disso, foi dado um foco maior às categorias *Fake news* como *Página de Notícia* e *Fake news* como *Publicações nas Redes*.

3.4 As Categorias de análise

Para Minayo (2009), as categorias de análise precisam ser homogêneas, em consonância com a categorização realizada sobre os dados. Essas categorias, segundo a autora, precisam ser:

- (a) Exaustivas (estas devem dar conta de todo o conjunto do material a ser analisado; se um determinado aspecto não se enquadra nas categorias, devemos formular outra categorização);
- (b) exclusivas (isso significa que um aspecto do conteúdo do material analisado não pode ser classificado em mais de uma categoria);
- (c) concretas (não serem expressas por termos abstratos que trazem muitos significados);
- (d) adequadas (em outras palavras, a categorização deve ser adaptada ao conteúdo e ao objetivo a que se quer chegar) (MINAYO, 2009, p. 88).

Assim, levando em consideração os aspectos apontados por Minayo (2009), utilizamos como categorias de análise dos dados as seguintes categorias no campo da análise dos tipos de *fake news* (WARDLE, 2017): Sátira ou paródia (Sat/Par), Conteúdo enganoso (CEng), Conteúdo impostor (CImp), Conteúdo fabricado (CFab), Conexão falsa (CxFal), Contexto falso (CFal) e Conteúdo manipulado (CMan). Em relação ao campo da análise linguística,

utilizaremos o princípio da iconicidade (MARTELOTTA, 2010), a partir dos seguintes elementos: Subprincípio da Quantidade, Subprincípio da Integração e Subprincípio de Ordenação Sequencial.

Ainda, para compor a análise, utilizaremos como base teórica do discurso a Análise Crítica do Discurso, a partir dos estudos de van Dijk (2000, 2012, 2015, 2008b), para analisar os discursos encontrados nas *fake news* coletadas, além de Foucault (1978, 1986, 2014), e as teorias da Cognição, nos estudos de Maturana (2002), Damásio (2009), Tomasello (1999).

CAPÍTULO 4. A ANÁLISE DAS *FAKE NEWS* DO PERÍODO ELEITORAL BRASILEIRO DE 2018

Aqui serão apresentadas as relações das categorias de análise e dos resultados obtidos a partir da investigação dos dados da pesquisa, além de aspectos pertinentes às características identificadas através das análises.

4.1 As Estratégias Discursivas das *Fake news*

Neste tópico, apresentaremos as análises das *fake news* coletadas e que estão categorizadas como *Fake news como Páginas de Notícia* e *Fake News como Publicação nas Redes*. Esta análise leva em conta as categorias dos tipos de *fake news* (WARDLE, 2017), o princípio da iconicidade (MARTELOTTA, 2010), o discurso em van Dijk (2000, 2008b, 2012, 2015), Foucault (1978, 1986, 2014), e as teorias da Cognição, nos estudos de Maturana (2002), Damásio (2009), Tomasello (1999).

Nesta análise, está um recorte do que foi identificado nas *fake news* analisadas, portanto, estão agrupadas separadamente e seguidas de uma análise geral a partir dos dados identificados.

4.1.1 Análise de Dados da Categoria *Fake news* como Página de Jornais

Considerando as categorias identificadas nas *fake news* por de Claire Wardle (2017), observamos:

Conteúdo enganoso (CEng) - se refere ao uso enganoso de informações para incriminar alguém ou algo.

- (01) "França aprova pedofilia e argumenta que crianças podem consentir sexo com adultos / O Governo Francês votou contra a idade de consentimento na França, tornando-se a mais recente nação a ceder à pressão de uma rede internacional de ativistas determinados a normalizar a pedofilia e a descriminalizar o sexo com crianças em todo o mundo. / A lei federal na França agora não tem idade legal de consentimento, ou seja, adultos que fazem sexo com crianças de qualquer idade não serão processados por estupro se a criança vítima for incapaz de provar "violência, ameaça, coação ou surpresa". / O projeto de lei contra a violência sexual e baseada no gênero, conhecida como lei Schiappa, foi sancionada pelo parlamento francês em 3 de agosto, provocando indignação na França quando pais

e grupos de direitos das crianças acusam o governo de Emmanuel Macron de trair as crianças e favorecer ainda mais a amoralidade no país. / A falta de uma idade de consentimento coloca milhões de crianças em sério risco de abuso sexual na França, de acordo com funcionários dos serviços de proteção à criança. / Grupos de defesa dos direitos das crianças criticaram o governo de Emmanuel Macron por não fornecer uma idade legal de consentimento para proteger crianças, apontando para a recente decisão dos tribunais franceses de se recusar a processar dois pedófilos por estupro de garotas de apenas 11 anos porque as autoridades não puderam provar que as crianças não consentiram. / Na quinta-feira, vários grupos, incluindo o Conselho Francês de Associações pelos Direitos da Criança, emitiram uma declaração conjunta para expressar sua indignação pelo abandono de uma era de consentimento sob a lei francesa. / Em uma declaração conjunta, as associações condenaram a nova lei nos termos mais fortes possíveis: "Esta deve ser a medida principal do projeto de lei: a introdução de uma idade abaixo da qual as crianças seriam automaticamente consideradas incapazes de consentir em sexo com adultos". / As associações francesas de proteção à criança estão exigindo que o governo de Macron revogue a lei de Schiappa e estabeleça uma idade legal de consentimento sob a qual qualquer ato sexual envolvendo um adulto e uma criança constituirá estupro. / O abandono de uma idade legal de consentimento chocou a sociedade francesa. O controverso projeto de lei se concentrou em um limite apropriado para uma idade de consentimento – 13 ou 15 anos. No entanto, a escolha foi feita para abandonar o princípio de uma idade mínima. / A nova lei provocou protestos na França, enquanto os cidadãos exigem que o governo mude a lei que protege os pedófilos de acusações de estupro. / Em sua versão final, a lei de Schiappa prevê que, para crianças menores de 15 anos, “ a restrição moral ou surpresa é caracterizada pelo abuso da vulnerabilidade da vítima que não tem o discernimento necessário para esses atos ”. No entanto, o ex-ministro dos direitos da mulher, Laurence Rossignol, diz que essas noções de “vulnerabilidade” e “discernimento” deixam muito espaço para os pedófilos escaparem da punição sob a lei. / “Leis desatualizadas” / A França não é a única nação europeia que caminha para a descriminalização do sexo com crianças. De acordo com o advogado de imigração alemão Hans Goldsberg, as leis sobre pedofilia estão desatualizadas e precisam ser abolidas. / Haverá a necessidade de uma consolidação das leis nacionais sob o atual sistema europeu sobre os aspectos legais do sexo. A maioria dessas decisões nacionais não representa as complexidades sociais modernas de nossos tempos e são legalmente infundadas. Alguns até argumentam que uma lei sobre a idade do consentimento tornou-se supérflua e não deveria mais existir”, afirma o advogado que trabalhou por mais de 35 anos em seu campo. / O apoio à moção europeia também existe nos Estados Unidos. / “Pense em como há 2.000 anos os gregos eram uma sociedade muito mais aberta. Devemos lembrar que o amor entre um homem e um menino não era tão tabu quanto hoje”, explica o antropólogo cultural Thomas Black, da Universidade de Michigan. / Atualmente, a idade de consentimento varia por

estado nos EUA e atualmente é definida entre 16 e 18 anos de idade. / (Católica Conect)" (05-AGO-JOR).

No exemplo 01, verificamos um caso de Conteúdo Enganoso (CEng), que se refere ao uso enganoso de informações para incriminar alguém ou algo. Segundo a checagem da Agência Lupa, a notícia de que a França teria legalizado, em 3 de agosto de 2018, a pedofilia com a lei 2018-703 é falsa. A Lei Schiappa – por conta de Marlène Schiappa, não legaliza a pedofilia, é, na verdade, contra violências sexuais em geral. Na manchete da *fake news*, verificamos a informação topicalizada, em que “França”, aparece como dado novo, pois foi introduzida pela primeira vez no texto. Sabemos que a ordenação linear indica que a ordem do enunciado apresenta a ordem de importância concedida aos fatos pelo falante, em que a informação mais importante ocupa o primeiro lugar na estrutura sintática, assim, a informação de que a França aprova a pedofilia é a parte mais importante apontada na informação falsa.

No decorrer da *fake news*, é perceptível como o subprincípio da quantidade identificado, sendo possível verificar uma maior quantidade de informação, o que se denota pela repetição da mesma informação inúmeras vezes, além da maior grande quantidade de elementos linguísticos, como morfemas, palavras, sintagmas ou frases que foram utilizados. refletida em sua forma, revelando uma maior complexidade pelo encadeamento de ações narradas. Em relação ao subprincípio de ordenação sequencial, a própria manchete indica uma sequência de ações em espelhamento, e durante todo texto é possível identificar esse subprincípio, como no trecho: O Governo Francês votou contra a idade de consentimento na França, tornando-se a mais recente nação a ceder à pressão de uma rede internacional de ativistas determinados a normalizar a pedofilia e a descriminalizar o sexo com crianças em todo o mundo. / A lei federal na França agora não tem idade legal de consentimento, ou seja, adultos que fazem sexo com crianças de qualquer idade não serão processados por estupro se a criança vítima for incapaz de provar “violência, ameaça, coação ou surpresa”. No primeiro momento, “na França” aparece como informação nova, já em “a lei federal na França”, consta como informação velha por já ter sido mencionada e por estar mais à direita da oração.

Podemos verificar nesta *fake news* o caráter sensacionalista apresentado desde a manchete, chamando a atenção do público para o fato de um país aprovar um crime como a pedofilia. No decorrer da informação falsa, vemos a figura de Emmanuel Macron sendo citada, como no exemplo: “o governo de Emmanuel Macron de trair as crianças e favorecer ainda mais a amoralidade no país.”, em que está em uma posição de traidor de crianças e sem moralidade. Esses aspectos possuem relação com o que van Dijk considera sobre como os atos sociais de

atores individuais. Nessa *fake news*, verificamos um ator social sendo colocado como responsável por uma ação que desencadeia uma oposição com os valores morais, assim, quem controla um discurso público como este, o criador da *fake news*, define a base do poder de um grupo ou de uma instituição, tornando-se mais poderosos. (VAN DIJK, 2008b).

Para van Dijk, a situação comunicativa compreende, dentro do modelo de contexto pessoal e o modelo de situação pessoal, que envolve as atitudes sociais, as ideologias e o conhecimento sociocultural. Nessas situações, as pessoas comuns são alvos passivos, em menor ou maior grau, de texto orais e escritos por autoridades, como no caso desta *fake news*, que podem simplesmente indicar em quem devem acreditar ou não (VAN DIJK, 2008b). Neste caso, a crença parte tanto da situação comunicativa, a imitação estrutural e textual de uma notícia, quanto ao apelo emocional contido na situação de falta de proteção às crianças.

(02) "Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal | FOLHAMAX / VIOLÊNCIA / Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal / METROPOLES / Um homem foi detido em Juiz de Fora (MG), suspeito de ter esfaqueado o candidato à Presidência da República do PSL, Jair Bolsonaro. Agentes da Polícia Federal, responsável pela segurança do presidente durante a campanha eleitoral, teriam impedido o suspeito de fugir e o prendido. / imagens do momento do ataque mostram o homem tentando fugir e sendo contido por apoiadores do candidato, que o agrediram com socos. O suspeito seria José Adélio Bispo de Oliveira, filiado ao PDT mineiro. Mas a Polícia Federal não divulgou oficialmente o nome do responsável pelo ataque. / A corporação abriu inquérito para investigar o caso. / Aguarde mais informações" (01-SET-JOR).

No exemplo 02, verificamos o tipo Conteúdo Enganoso (CEng), pois trata-se do uso enganoso de informações para incriminar José Adélio Bispo de Oliveira, que não foi o agressor de Bolsonaro. Segundo a checagem da Lupa, José Adélio Bispo é de fato filiado ao PDT de Minas Gerais, mas não é o homem preso pela agressão a Bolsonaro. O verdadeiro agressor é Adélio Bispo de Oliveira, podendo ser observada a utilização de nomes muito parecidos, o que faz com que o leitor mais desavisado facilmente seja levado a acreditar. Podemos verificar o uso da voz passiva, topicalizando o termo que se julga mais relevante (agressor de Bolsonaro).

O fato de associar um homem filiado ao PDT à figura de um agressor de um presidente político revela a intenção de estabelecer um perfil negativo de alguém que pertence a determinado grupo ideológico, ou seja, traçando determinada identidade, papel social e ideologia ao crime. No trecho "O suspeito seria José Adélio Bispo de Oliveira, filiado ao PDT mineiro", a ênfase em indicar a identidade e inserir um aposto com a informação do

partido busca enfatizar esta informação, já que pelo subprincípio da ordem sequencial, ela aparece como informação nova.

Nesta *fake news*, podemos identificar maior complexidade em sua forma pela quantidade de informações contida na *fake news*, o que exige uma maior habilidade para a sua compreensão. A narração de todo o fato contextualiza a informação falsa, desde o momento do ataque, como o homem foi detido até informações sobre o suspeito. Isso tudo apresenta o cenário do acontecimento para o leitor, que para van Dijk (2015), faz parte do esquema de reprodução discursiva do poder, estando enquadrada na situação comunicativa, gerada por grupos poderosos da estrutura social. Nesta situação em específico, o grupo poderoso seria os próprios criadores da informação. Podemos perceber o peso no que o sentido de “ser esfaqueado” habilitou de ganho eleitoral para Bolsonaro, agora, instituído quase como um mártir perante o eleitorado por ter saído ileso de um esfaqueamento.

Ao se criar uma falsa narrativa como essa, mexe-se com toda a situação comunicativa, definindo quais participantes devem estar presentes e em que papéis, o tipo de conhecimento e opiniões os participantes devem possuir, quais ações sociais podem ou devem ser realizadas no discurso (VAN DIJK, 2008b). Podemos verificar ainda o poder persuasivo no último trecho da informação falsa: “Aguarde mais informações”, realizando um processo de controle das mentes e das ações dos outros (VAN DIJK, 2008b, p. 118).

(03) "TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o vídeo) / Os fatos são que, através do edital de licitação 106/2017, o TSE entregou os códigos das urnas eletrônicas - inclusive os criptográficos (responsáveis por garantir a identidade e a segurança do processo) -, para uma empresa estrangeira tutelada por três venezuelanos e um português sem qualquer obrigação de cumprir os termos de sigilo, por não estarem submissos à legislação brasileira. / Mas isso nem é o pior de tudo: acontece que com esses código em mãos - mais especificamente os códigos criptográficos -, é possível gerar votos falsos capazes de passarem como verdadeiros durante uma auditoria do sistema, como explica o professor de Ciência da Computação da UNB, Pedro Dourado de Rezende. / Segundo Rezende, o fato constitui uma traição à soberania nacional. Não bastasse os códigos serem entregues a uma empresa estrangeira ligada à ditadura bolivariana, o TSE NEGOU ACESSO aos mesmos códigos para que fossem auditados por professores brasileiros. Mas não para por aí. O professor afirma ainda que o edital que custou R\$ 7 milhões aos cofres públicos era absolutamente desnecessário, já que o argumento usado pelo TSE era de que seria necessário o desenvolvimento de um software completamente novo para que a lei do voto impresso, de autoria do deputado Jair Bolsonaro, atual candidato à presidência, pudesse ser aplicada. / Como explica,

os softwares JÁ ERAM PREPARADOS para serem conectados à impressoras e o único custo adicional seria a aquisição das impressoras. O TSE argumentou que isso teria um custo de R\$ 2 bilhões e acabou recebendo um aporte emergencial de R\$ 250 milhões, sendo que os especialistas garantiram que valor era irreal e muito menos seria suficiente para viabilizar a impressão dos votos. Rezende caracterizou a atitude do TSE como “uma posição de má vontade que encontrou uma fome de inviabilizar o cumprimento da lei” e “um ato de traição à soberania nacional”. / O CMIND (Comitê Multidisciplinar Independente) contestou o edital em sete petições afirmando que / “Certo é, e consta de forma expressa no edital, que haverá compartilhamento de informações confidenciais, sensíveis do processo de votação entre empresa estrangeira e o TSE para fins de desenvolvimento desnecessariamente terceirizado da interface entre os equipamentos de votação e os da impressão de votos. A segurança do processo de votação em face de tal aberração contratual, na visão inexplicavelmente ingênua do TSE estaria garantida pelo mero e simples compromisso dos responsáveis envolvidos, firmado através de um termo de sigilo. Esse termo de sigilo teria o efeito de vincular às leis brasileiras os seus signatários, mas, neste caso, quem vai administrar o consórcio das empresas vencedoras da licitação são três cidadãos venezuelanos e um português, que não estão submetido in totum à legislação nacional. Têm, cada qual, seu território de domicílio e nacionalidade distintos do nosso, o que, em sendo a intenção, os garante por princípios jurisdicionais, imunidade em face a tal compromisso, a despeito de qualquer legislação que lhes seja extraterritorial. Assim, agindo na ilegalidade, o TSE coloca em risco a soberania nacional, ao compartilhar com tais entes estrangeiros informações confidenciais do sistema de votação usado em eleições oficiais no Brasil - inclusive de material criptográfico -, que pode ser utilizado para simular origem autêntica de programas que compõem tal sistema. Com esse material criptográfico, programas stealth, camuflados, capazes de - nas 95% das sessões para as quais não está prevista a impressão do voto -, fraudar percentualmente as votações de forma indetectável sob as regras atuais para a fiscalização externa, os quais poderiam ser antecipadamente confeccionados e plantados à sorrelfa para inserção por terceiros - inclusive desavisados do risco -, como se fossem programas legítimos, pois passarão como tal perante os dispositivos internos de autenticação ao longo de qualquer dos pontos intermediários da cadeia de custódia dos componentes do referido sistema, com efeito nefasto de contaminá-lo para fins inconfessáveis. Com agravante do fato de os entes contratados para custodiar esse material criptográfico não terem vínculo ou obrigação com o Estado de Direito Nacional, o que compromete o cerne da nossa atual democracia”. / Em entrevista para o programa The Noite, o professor e pesquisador da UNICAMP, Diego Aranha, especialista em criptografia e segurança computacional, detalhou os problemas e falou sobre a curta janela de tempo de acesso aos códigos concedida aos auditores brasileiros e a inexplicável recusa do TSE em permitir uma auditoria mais detalhada. / Com o objetivo de reduzir as chances de fraude, o CMIND desenvolveu um aplicativo para que os próprios eleitores fiscalizem a eleição a

partir de fotografias dos boletins de urna (BU) de cada seção, que são publicados às 17:00 no dia da eleição. Os resultados obtidos através das fotografias enviadas pelos eleitores serão então comparados com os resultados do TSE. O aplicativo pode ser baixado aqui. / Assista também a este ótimo vídeo promovido pela Spotniks, sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas. / ATUALIZAÇÃO: / A licitação 106/2017, de que trata este artigo, acabou sendo revogada em maio de 2018, como consta no Diário Oficial da União. O conteúdo da revogação pode ser conferido aqui. / da Redação." (04-SET-JOR).

No exemplo 03, verificamos o tipo de *fake news* Conteúdo Enganoso (CEng), em que o uso enganoso de informações sobre o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e as urnas são mobilizados para prejudicar a imagem da instituição. Como podemos verificar na informação falsa, de acordo com o subprincípio de quantidade, observamos que trata-se de um texto com um grande quantitativo de informação, o que faz com que se torne mais complexo para o entendimento do leitor e mais verossimilhante aos textos jornalísticos. Podemos verificar a topicalização do TSE, que foi colocado como sujeito e agente animado.

A informação falsa foi checada pela Agência Lupa, que informa que as informações analisadas omitem que o edital mencionado foi cancelado pelo TSE, e que, antes disso, a empresa tinha sido desclassificada do certame. Além disso, os textos distorcem e tiram de contextos fatos que realmente aconteceram, além de não informar que a obrigatoriedade do voto impresso foi considerada inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal em junho deste ano. Colocar em xeque a instituição responsável pelas eleições do país em um ano de eleição só demonstra o grande objetivo de fragilizar a imagem do TSE perante a sociedade, buscando desenvolver um sentimento de desconfiança em sua função social.

Ainda, observamos que a estrutura já cristalizada de “o fato é que / os fatos são que”, emula a verdade e a informatividade. Nessa *fake news* também há um distanciamento do gênero notícia de jornal, apesar de utilizar o argumento de autoridade para emular o discurso jornalístico. Também é possível verificar um “erro de crase” que reforça a notícia falsa.

Como vimos, para Foucault (1986), tudo está imerso nas relações de poder e saber, que estão implicadas, mutuamente por enunciados (acontecimentos) e visibilidades, textos e instituições e as ações de falar e ver constituem práticas sociais vinculadas às relações de poder, que se supõem e se atualizam. E ainda, que o discurso tem a função de controle e validação das relações de poder estabelecidas. Assim, observamos que ao colocar em cheque a instituição TSE, a própria *fake news* se coloca como espaço de poder, descredibilizando a instituição TSE.

É interessante observar como há trechos enfatizados com o uso de letras em caixa alta, como em “TSE NEGOU ACESSO”, destacando o TSE sempre como a informação mais importante, haja vista o subprincípio da ordem sequencial, assim como na própria manchete.

(04) "TSE troca empresa responsável pela divulgação da apuração / Redação O Antagonista / A poucos dias do segundo turno eleitoral, o TSE resolveu substituir a empresa que fará a divulgação da apuração dos votos. / No primeiro turno, o serviço foi prestado pela BRCloud, vencedora de uma licitação de mais de R\$ 1 milhão. / Segundo o Tribunal, a empresa “não prestou adequadamente o serviço” e causou “contratempos” na distribuição de dados. / Um novo contrato foi assinado com a CPD – Consultoria, Planejamento e Desenvolvimento de Sistemas, segunda colocada, que receberá R\$ 532 mil." (02-OUT-JOR)

No exemplo 4, nós temos um caso de Conteúdo Enganoso (CEng), pois as informações foram usadas de maneira enganosa em relação ao que o Tribunal Superior Eleitoral realizou. Após checagem da Lupa, foi verificado que o TSE trocou a empresa responsável por gerenciar a rede de distribuição de conteúdos, mas que esse serviço não tem relação com o processo de apuração das eleições. Podemos verificar, na manchete “TSE troca empresa responsável pela divulgação da apuração”, que há uma maior integração entre os elementos, tendo em vista que não há uma relação de subordinação entre as orações.

Nesta *fake news*, mais uma vez, vemos o TSE sendo colocado em xeque quanto a sua idoneidade como instituição. Diferentemente da informação falsa anterior sobre o TSE, na *fake news* em destaque observamos uma menor quantidade de informação, devido ao reduzido uso de elementos linguísticos. Podemos dizer, então, que esta *fake news* é menos complexa que a anterior. Verificamos no trecho “A poucos dias do segundo turno eleitoral, o TSE resolveu substituir a empresa que fará a divulgação da apuração dos votos” que a ordem da oração em destaque demonstra também a ordem de importância dada aos eventos, pois sabemos que a informação mais importante ocupa o primeiro espaço na estrutura sintática.

Quando a informação mais importante é a oração “A poucos dias do segundo turno”, observamos a construção da imagem da instituição associada ao despreparo, amadorismo e irresponsabilidade em relação ao processo eleitoral. Isso, mais uma vez, fragiliza o poder da instituição frente a sociedade e confirma o que van Dijk (2008b) considera como condições para o controle da mente, que parte de situações contextuais e discursivas, na medida em que algo sobre os participantes do evento comunicativo é dito e sobre a estrutura e as estratégias dos textos orais e escritos.

Conteúdo impostor (CImp) - se refere a quando fontes genuínas são forjadas com conteúdo falso.

(05) “Piauiense é a primeira negra diplomata no Itamaraty / Luana Alessandra Roeder foi abandonada ao nascer na Maternidade Dona Evangelina Rosa / Luana Alessandra Roeder, 28 anos, foi abandonada ao nascer na Maternidade Dona Evangelina Rosa, em Teresina, e posteriormente foi levada para o Orfanato João Maria de Deus. / Ainda bebê, a agrônoma alemã Reinhild Roeder adotou Luana e a criou entre a praia de Barra Grande, litoral do Piauí, e em Brasília, onde Luana mora atualmente. / Logo no início da adoção, Reinhild notou que a garotinha era dotada de uma inteligência excepcional. Ainda no ensino médio, Luana decidiu que queria seguir a carreira diplomática e cursou Relações Exteriores na Universidade de Brasília - UnB. / No dia 15 de janeiro, Luana tomou posse no Itamaraty, após aprovação no concurso público do Instituto Rio Branco. Luana é a primeira mulher piauiense - e negra - a conquistar tal façanha. / Fonte: Durvalino Couto.” (04-AGO-JOR).

No exemplo 05, nós temos uma *fake news* de Conteúdo Impostor (CImp), tendo em vista que fontes genuínas foram forjadas com conteúdo falso. Em 19 de agosto de 2018, no Facebook, chegando a ter mais de 310 mil interações, é publicado que Luana Roeder foi a primeira negra a ser diplomata no Itamaraty. Levando em consideração esse fato, a divulgação dessa *fake news* nas eleições de 2018 enfatiza a intenção de associá-la ao momento político, entretanto, dissociando-a de outros fatos históricos, o que já induz a uma compreensão inadequada da situação. O que estaria em jogo ao se criar essa informação falsa? Por que a informação só ganha notoriedade em agosto de 2018? O fato dessa informação ganhar repercussão exatamente em agosto, remete-se a avaliar a que contexto temporal e social está submetida esta informação.

No site da BBC Brasil, ainda acerca da atuação de negros, na mesma época foi divulgado que o número de candidatos negros havia crescido em comparação a 2014, mas continuava subrepresentado. Além disso, outros dados apontados na matéria, extraídos do portal do TSE, indicam que os partidos PSOL e PT são os que mais inscreveram negros na disputa eleitoral em 2018. Em uma outra notícia, divulgada no site G1 em 9 de outubro de 2018, apenas 4% dos candidatos eleitos entre senadores, deputado estadual e federal são negros. Em função desse contexto político situacional, reforça-se a intencionalidade da *fake news* em associar a imagem de Luana a uma falta de espaço, não só de mulheres negras, mas também de negros em cargos importantes no governo.

Mediante isso, o que estaria em jogo nessa informação? Segundo Foucault (1986), como se sabe, os discursos, textos, instituições, estão vinculados a relações de poder. Esses discursos

são inseridos em determinadas formações discursivas, que ditam regras, dadas historicamente, e afirmam verdades em relação a um determinado período. Quais são os discursos por trás da informação apresentada? Qual era o discurso do momento das eleições políticas? A informação falsa em questão narra um sujeito em específico, Luana, mulher negra, inserida em uma inscrição discursiva de minoria, como notoriedade para a informação de um cargo de importância no Itamaraty, causando alarme no leitor que confirma a crença da falta de espaço para a mulher negra nas instituições governamentais. Verifica-se que a informação genuína deste exemplo foi estrategicamente reconfigurada, criando-se um fato em um contexto sócio-histórico equivocado, difundido para enganar os eleitores.

Partindo para a análise dos elementos dos subprincípios da iconicidade, podemos identificar o subprincípio da quantidade, havendo uma menor quantidade informacional se comparada ao exemplo 03-AGO-JOR, expressando na forma essa redução informativa. Isso indica uma maneira mais simples de utilizar o mecanismo morfológico e gramatical menos complexo. Em relação ao subprincípio da integração, em “Piauiense é a primeira negra diplomata no Itamaraty”, os elementos se encontram integrados, estando, assim, mais próximos sintaticamente devido à maior proximidade mental. Nessa oração, temos uma fusão sintática e semântica, pois o sujeito “piauiense” pertence ao verbo “ser” conjugado na terceira pessoa do singular. E relação ao subprincípio da ordenação linear, verificamos, no trecho “a agrônoma alemã Reinhild Roeder adotou Luana e a criou entre a praia de Barra Grande, litoral do Piauí, e em Brasília, onde Luana mora atualmente.”, a ordenação linear das ações refletidas nas orações, em que a realidade está espelhada no texto, em que, considerado como um todo a ordenação cronológica foi usada, podemos verificar abandono; orfanato; adoção; estudos, quebrada apenas pela manchete e pelo lide do texto.

Conteúdo fabricado (CFAb) - se refere a um conteúdo predominantemente falso, projetado para enganar e prejudicar alguém.

- (06) “PABLO VITTAR AMEAÇA DEIXAR O BRASIL CASO BOLSONARO SEJA ELEITO EM 2018 / Apesar de faltar mais de um ano, a eleição presidencial de 2018 já está gerando grande repercussão. E um dos candidatos mais fortes para ganhar, é o deputado federal Jair Bolsonaro (PSC-RJ). O deputado tem muito apoio popular, apesar de alguns grupos temerem sua candidatura. / O crescimento da popularidade de Jair Bolsonaro não agrada nenhum pouco o público LGBT, isso motivou o cantor de drag queen Pablo Vittar fazer uma forte declaração e polêmica em seu Twitter com o intuito de boicota a participação de Jair Bolsonaro nas eleições. / O cantor e compositor postou a seguinte mensagem: / ‘Se Bolsonaro

ganhar em 2018, eu declaro toda a minha carreira encerrada no Brasil. Não tem como viver no mesmo país que esse homem!’ / A declaração teve muito impacto nas redes sociais e viralizou, qual sua opinião sobre essa polêmica? Compartilhe com seus amigos.” (01-AGO-JOR).

- (07) "Fátima Bernardes faz surpresa e reforma casa da família de esfaqueador de Bolsonaro / Fátima Bernardes é, sem dúvida alguma, uma das maiores jornalistas e apresentadoras da Televisão brasileira, mas seu programa matinal exibido pela Globo na última quarta-feira causou muita polêmica nas redes sociais. / O programa 'Encontro com Fátima Bernardes' de quarta-feira fez com que o apresentadora fosse líder de audiência, mas também lhe rendeu críticas e até mesmo uma “polêmica” nas redes sociais. Tudo isso porque a apresentadora solidarizou-se, e resolveu ajudar a família de Adelio Bispo de Oliveira, o homem que esfaqueou Jair Bolsonaro durante ato de campanha. / De acordo com o programa Encontro com Fátima Bernardes, a homenagem foi feita para demonstrar que o homem é apenas uma vítima do sistema, da sociedade, capitalista, preconceituosa, odiosa e sem amor e porque era intimidado com os discursos de ódio de Bolsonaro. / Logo a apresentadora conseguiu uma reforma para a casa da família do esfaqueador avaliada em 200,00 mil reais, além de todos os móveis e mobília da casa da família também foram trocada por novos, e ainda 2 anos de cesta básicas no valor de 1,200 reais mês.. / "Vocês não precisa chorar, nem pedir desculpas, nem estar arrependido, pois eu entendo o que vocês estão passando, eu também sou mulher e sou mãe, e sei muito bem tudo o que vocês estão passando. recebam nossas homenagens." disse a apresentadora emocionada a mãe do esfaqueador. / Muitos condenaram a ideia pregada pelo programa, e o fato de estranhos palpitarem a decisão em ajudar a família do homem que tentou matar um candidato a presidência da república. Os comentários foram os mais diversos." (03-SET-JOR).

No exemplo 7, verificamos o tipo de *fake news* Conteúdo fabricado (CFAb), pois o conteúdo é predominantemente falso, projetado para enganar e prejudicar alguém, neste caso, Fátima Bernardes. De acordo com a *fake news*, o programa de Fátima Bernardes, no dia 12 de setembro de 2018, teria beneficiado o agressor de Bolsonaro, realizando uma reforma em sua casa. De acordo com checagem da Agência Lupa, no dia informado, o programa não mostrou nenhuma reforma na casa do homem que esfaqueou Bolsonaro, e, sim, abordou a temática “O que podemos aprender com derrotas?”. Fátima Bernardes é uma personagem conhecida da TV brasileira, da emissora Globo, apresentadora do programa Encontro com Fátima Bernardes, é conhecida por levar temas relevantes para o debate público. É importante frisar que a emissora é conhecida por ser opositora ao candidato Bolsonaro. Nesta *fake news*, ela está sendo colocada

como informação mais importante associado a um elemento da política brasileira e como beneficiadora de alguém que tenta matar Bolsonaro.

Isso traz uma situação contextual relevante para entender o objetivo desta *fake news*. Ao colocar uma apresentadora conhecida do público, isso demonstra o uso de uma estratégia apelativa para o público, pois há uma rápida identificação por parte do público. Ao utilizar a manchete “Fátima Bernardes faz surpresa e reforma casa da família de esfaqueador de Bolsonaro”, podemos identificar o sujeito “Fátima Bernardes” distante sintaticamente do adjunto adnominal “de Bolsonaro”, tendo em vista que o sujeito Fátima Bernardes aparece como um elemento novo, não previsível. Desta forma, esses elementos estão menos integrados a partir do subprincípio da integração. No início da *fake news*, nós verificamos um texto reconhecendo a competência da jornalista e apresentadora, muito embora utilize a conjunção adversativa “mas” condenando o que passou em seu programa de Fátima Bernardes. Isso faz com que haja uma espécie de proteção da face do produtor da *fake news*, deixando a notícia falsa mais crível, tendo em vista que não há uma condenação direta à Fátima e, sim, ao que passou em seu programa.

Ao indicar que a apresentadora sofreu críticas, há uma espécie de busca por sensibilizar o leitor a também criticar a jornalista por uma ação de aprovação popular, ou seja, se outras pessoas criticaram-na é porque tinham razão, realmente há algo errado. Isso se relaciona ao à capacidade do co-específico, segundo Tomasello, de se identificarem entre si, levando ao entendimento destes como seres mentais e intencionais iguais a ele mesmo. Quando se escreve que uma grande quantidade de pessoas criticou Fátima Bernardes, o sentimento de manada²⁶ é acionado.

No trecho “a homenagem foi feita para demonstrar que o homem é apenas uma vítima do sistema, da sociedade, capitalista, preconceituosa, odiosa e sem amor e porque era intimidado com os discursos de ódio de Bolsonaro”, podemos verificar claramente a utilização de discursos pontuais para construir a imagem do programa, utilizando-se do subprincípio da quantidade, em uma sequência de qualificadores que estão funcionando para desqualificar, buscando traçar uma associação negativa aos discursos críticos ao sistema capitalista, colocando a ação do programa como minimizadora do crime cometido por Adélio Bispo de Oliveira e contra o próprio Bolsonaro, presidenciável na época, já que apoiou um agressor.

É clara, a partir do subprincípio da quantidade, a utilização de muitas informações no texto. Isso evidencia que a informação é menos previsível, sendo necessário utilizar muitos

²⁶ No sentido figurado, o termo manada significa um conjunto de pessoas que se comportam sem expressar sua própria opinião ou vontade.

elementos linguísticos para comunicá-la. Isso também apresenta que quando há maior quantidade da informação, há também uma maior quantidade da forma, indicando maior complexidade de pensamento. Podemos inferir que essa estratégia utilizada pela *fake news* é uma espécie de recurso de validação da informação falsa, pois, geralmente, os textos jornalísticos são textos que possuem maior complexidade do pensamento.

No trecho “‘Vocês não precisa chorar, nem pedir desculpas, nem estar arrependido, pois eu entendo o que vocês estão passando, eu também sou mulher e sou mãe, e sei muito bem tudo o que vocês estão passando. recebam nossas homenagens.’ disse a apresentadora emocionada a mãe do esfaqueador.”, há uma construção de apelo emocional. Vemos a utilização dos papéis sociais “mãe” e “mulher” e a identificação por parte de Fátima Bernardes com a mãe do agressor, acentuando que “quando um ser humano está aprendendo ‘através’ de um outro, ele se identifica com esse outro e com seus estados intencionais e às vezes mentais” (TOMASELLO, p. 8, 2002).

Segundo Maturana (2002), quando estamos sob determinada emoção, há coisas que podemos fazer e coisas que não podemos fazer, e que aceitamos como válidos certos argumentos que não aceitaríamos sob outra emoção. Assim, ao indicar que Fátima Bernardes pediu para a família do agressor para não chorar, nem pedir desculpas e nem estar arrependido, informa que a apresentadora “falou emocionada a mãe do esfaqueador”, subentendendo-se que houve uma identificação entre Fátima e a mãe do agressor, tanto pelos papéis sociais como pela externalização do seu discurso.

Conexão falsa (CxFal) - se refere a manchetes, imagens ou legendas que não confirmam o conteúdo.

- (08) “PF conclui inquérito sobre Triplex de Guarujá, inocenta Lula e indícia dona do imóvel / Na operação, o Ministério Público Federal (MPF) investigou se proprietários dos apartamentos usaram nome de terceiros / A Polícia Federal indiciou sete pessoas na Operação Triplo X, um desdobramento Operação Lava Jato. Entre os acusados está a publicitária Nelci Warken, proprietária de um triplex no condomínio Solaris, no Guarujá (SP) – o edifício é o mesmo em que estaria o triplex ligado ao ex-presidente Lula, mas ficou comprovado que ele não tem nenhum vínculo nem propriedade. / 'Não obstante, restou demonstrado que a verdadeira proprietária do imóvel 163-B seria Nelci Warken, sócia da Paulista Plus Promoções LTDS', diz o texto. Ela vai responder pelos crimes de lavagem de dinheiro, fraude e falsidade ideológica. / Na operação, o Ministério Público Federal (MPF) investigou se proprietários dos apartamentos usaram nome de terceiros para ocultar patrimônio. / O imóvel de Nelci fica ao lado do triplex que, segundo as investigações, seria destinado ao ex-presidente Lula. No relatório,

porém, o petista não aparece entre os indiciados — ele ainda é investigado pela Polícia Federal na 24ª fase (Operação Aletheia). / Do Wscom / Publicada em 18/08/18, às 20h56" (02-AGO-JOR).

No exemplo 8, nós temos um caso de Conexão Falsa (CxFal), pois a manchete contradiz o que é apresentado no corpo do texto, que, segundo a Agência Lupa, é uma cópia de notícia publicada no site da Revista Exame e a reportagem original, com título diferente, fala da conclusão de relatório da Polícia Federal sobre o apartamento 163-B do Edifício Solaris, não do 164-A – atribuído ao ex-presidente. A estratégia utilizada para manipular o conteúdo genuíno foi republicá-la em 2018, sem fazer alusão ao verdadeiro período da publicação original que seria em 2016. A descontextualização do período dava margens para inocentar o ex-presidente Lula. Desta forma, mais uma vez se induz o leitor ao entendimento distorcido. Vale enfatizar que esse documento não serviu para inocentá-lo, como sugere a *fake news*.

Outros pontos também merecem ser considerados acerca do exemplo 02-AGO-JOR, o corpo do texto foi uma reprodução, quase que integral da notícia original, no entanto, na manchete, as inversões de construção sintática e escolha de outros verbos trouxeram impactos semânticos que também distorceram o sentido genuíno da notícia:

Quadro 4 - Comparação entre as informações acrescidas à notícia original

Manchete da notícia	Manchete da <i>Fake news</i>
PF indicia dona de triplex vizinho ao de Lula no Guarujá	PF conclui inquérito sobre Triplex de Guarujá, inocenta Lula e indicia dona do imóvel

Fonte: As autoras (2020).

Essa *fake news* está inserida em um momento político em que o ex-presidente Lula não pode ter efetivado a candidatura por ter violado, segundo a justiça, os dispositivos para ser considerado elegível segundo a Lei da Ficha Limpa. Há de levar em consideração o momento da eleição de 2018 como um momento instável, de polarizações, com alta produção de *fake news*, algo muito característico do período eleitoral dos Estados Unidos. As denúncias de corrupção direcionadas ao Partido dos Trabalhadores (PT) colocou o partido no centro das discussões, principalmente em relação ao seu principal representante: o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Estava erguido um terreno de repúdio ao PT, que, devido aos fatos recorrentes, tinha sido alvo de ser o causador da corrupção brasileira.

No exemplo 02-AGO-JOR, verifica-se a clara intenção de manipular a informação verídica que consta no relatório da Operação Triplo-X. Nesse documento, Nelci Warken foi identificada como a verdadeira dona do apartamento 163-B, e não o ex-presidente Lula, como

sugere a *fake news*. Assim, a *fake news* induz que o resultado desse relatório já havia instaurado a sentença do ex-presidente. Nesse sentido, a *fake news* propõe que o ex-presidente Lula foi dado por inocente neste relatório, uma vez que ele não foi identificado como o dono do apartamento.

Na verdade, Lula ainda estava sendo investigado, portanto, o relatório não tinha conclusões acerca de sua inocência ou culpa, ou seja, uma pessoa não pode ser declarada inocente, uma vez que não foi considerada culpada. Na mesma medida que a *fake news* beneficia o líder do PT dizendo que ele foi inocentado, ela reforça a ideia de que em algum momento esteve na condição de culpado. Pode-se perceber a intencionalidade de se colocar em evidência a figura do ex-presidente Lula, em convergência com o que Foucault (1970) aborda acerca dos sujeitos sociais. Tal como afirma o autor, os sujeitos sociais são efeitos de discursos, sendo constituídos a partir de outros ditos.

Em relação aos elementos linguísticos, na manchete “PF conclui inquérito sobre Triplex de Guarujá, inocenta Lula e indícia dona do imóvel”, podemos identificar o termo “PF” como dado novo, além de ser um sujeito agente e animado, verificamos a ordenação linear espelhada nas ações de concluir o inquérito, depois inocentar Lula, seguindo por indiciar dona do imóvel. Também há uma situação de inferência em “dona do imóvel”, pela situação dada “Triplex de Guarujá” mencionada antes, pois um triplex implica a existência de alguém que o possua. Sobre o Subprincípio da Quantidade, podemos verificar que há uma maior quantidade de informação, pois o corpo do texto traz descrições sobre instituições, ações, sujeitos, o que pressupõe uma maior complexidade do pensamento, o que difere da manchete, que é onde se concentra a informação falsa. Na manchete, ainda podemos identificar uma maior integração semântica e sintática entre os elementos, pois não há elementos explícitos separando as orações, tendo em vista que “Lula” e “dona do imóvel” são objetos do sujeito “PF”.

Relacionando essa *fake news* ao discurso, podemos identificar que quando se coloca em evidência uma instituição como a Polícia Federal como originária de uma ação, como a de inocentar e indiciar, verificamos, a partir da primeira premissa de como opera o poder e a dominação de acordo com van Dijk (2008b), a saber: “os receptores tendem a aceitar crenças, conhecimento ou opiniões por meio do discurso dos que são considerados fontes autorizadas, confiáveis ou críveis”, que a instituição Polícia Federal é confiável socialmente, acentuando o controle mental em relação à credibilidade da *fake news*. O outro aspecto é o próprio meio em que está sendo divulgado, uma página fake, que emula uma página de jornal, tanto em sua estrutura quanto em sua complexidade pela quantidade de informações.

- (09) "MOURÃO TAMBÉM PROPÕE CONFISCO DA POUPANÇA / Parece não ter fundo o saco de asneiras do General Hamilton Mourão, vice de Jair Bolsonaro. Agora ele propõe a 'renegociação da dívida pública'... Ou seja, em bom português um novo confisco da poupança igual ao de Fernando Collor. / Fonte: Mourão também propõe confisco da poupança – Blog da Cidadania" (01-OUT-JOR).

No exemplo 09, nós temos um caso de Conexão Falsa (CxFal), pois a manchete não confirma o conteúdo. A Agência Lupa checkou a informação e o título da postagem não está relacionado ao seu conteúdo, não é mencionado confisco de poupança ao longo do texto que foi publicado no dia 28 de setembro de 2018. Há uma cópia integral de uma reportagem que foi publicada pela Folha de S.Paulo no dia 27 de setembro, que continha como título original o seguinte texto: “Mourão propõe renegociar os juros da dívida do governo”. Verificamos nesta *fake news*, uma apreciação negativa, realçada pelo uso de uma linguagem grosseira, chula, o que já põe em cheque se tratar de uma notícia.

Sobre o subprincípio da quantidade, verificamos menor quantidade de informação, revelando menor complexidade de pensamento expressa na materialidade linguística. Na oração “MOURÃO TAMBÉM PROPÕE CONFISCO DA POUPANÇA” verificamos um caso de maior integração entre os elementos, pois o verbo se refere apenas a um sujeito, no caso, “Mourão”. Verificamos também, a partir do subprincípio da ordenação sequencial, o aparecimento do referente “Mourão” como informação nova na manchete, apresentando o tópico da informação, além de indicá-la como informação mais importante.

Contexto falso (CFal) - se refere a um conteúdo genuíno que se difunde com a informação de contexto falsa.²⁷

- (10) "Popularidade de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope / Pesquisa Ibope encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e divulgada nesta quinta-feira (16) mostra que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva chega ao fim do mandato com recorde de aprovação e popularidade de 87%. / A aprovação do governo federal, com 80%, também chega a patamares nunca antes registrados, segundo o Ibope. / Entre os dias 4 e 7 de dezembro, o Ibope ouviu 2.002 entrevistados em 140 municípios de todas as regiões do país. A pesquisa conta com margem de erro de 2 pontos percentuais para mais ou para menos e tem grau de confiança de 95%. / A pesquisa encomendada pela CNI avalia trimestralmente a popularidade e o desempenho administrativo federal junto à opinião pública. O estudo revela a imagem do governo, do presidente da República, e traz também a

²⁷ Texto copiado integralmente.

percepção da população sobre temas importantes como desemprego e medidas com impacto direto na economia. / Regiões / O Nordeste a região com melhor avaliação do governo federal: 86% dos nordestinos entrevistados disseram considerar o governo de Lula “bom ou timo”. Em seguida vem as regiões norte e Centro-Oeste (81%), Sudeste (78%) e Sul (75%). / Já a avaliação pessoal de Lula no Nordeste de 95%, no Norte e Centro-Oeste (90%), Sudeste (85%) e Sul (80%). No último levantamento, registrado em outubro, a avaliação pessoal do presidente era de 92%, no Nordeste, 88% no Norte e Centro-Oeste, 81% no Sudeste, e 78% no Sul. / Confiança em Lula / A confiança no presidente Lula retorna ao patamar recorde de 81%, após ter recuado para 76% na pesquisa anterior. / O percentual dos entrevistados que disseram não confiar em Lula caiu de 19% para 14% no levantamento atual, atingindo o menor patamar em oito anos. / A pesquisa Ibope também mede a aprovação das políticas adotadas pelo governo em nove áreas. A atuação do governo na educação melhorou na opinião dos entrevistados, subindo de 50% para 57% dos entrevistados. A desaprovação caiu de 45% para 38%. / Nas questões relacionadas ao meio ambiente, 60% disseram aprovar as políticas do governo, contra 30% que desaprovaram. No levantamento passado, a aprovação era de 49% contra 41% de reprovção. / As ações do governo para combater a fome e a pobreza no país tiveram a aprovação de 71% dos entrevistados, contra 24% que desaprovaram. No levantamento passado, a aprovação era de 66% contra 29% de reprovção. / A atuação no combate ao desemprego melhorou na opinião dos entrevistados, subindo de 64% para 66% dos entrevistados. A desaprovação caiu de 30% para 28%. / As recentes ações policiais de combate ao tráfico no Rio de Janeiro, segundo o gerente executivo de Pesquisa da CNI, Renato da Fonseca, contribuíram para que, pela primeira vez em oito anos de governo, a segurança pública tivesse avaliação positiva: 49% de aprovação contra 46% de reprovção. No último levantamento, as ações de segurança eram reprovadas por 53% contra 40% de aprovação. / O combate à inflação, segundo a pesquisa, teve a aprovação de 56% contra 33% de desaprovação. Já a forma como o governo define a taxa de juros foi aprovada por 46% contra 43%. / Na área da saúde, os entrevistados demonstraram a maior insatisfação com o governo. 54% reprovaram as ações governamentais na área e 42% aprovaram. A política de impostos do Planalto também foi mal avaliada: 51% de reprovção contra 39% de aprovação. / Levantamento anterior / A última edição do levantamento, divulgada em 1 de outubro, 77% dos entrevistados consideravam o governo “timo” ou “bom”, contra 4% de “ruim” ou “pssimo”. A aprovação pessoal do presidente Luiz Inácio Lula da Silva era de 85%, recorde na sequência histórica do levantamento. / Governo Dilma / A expectativa com o governo da presidente eleita Dilma Rousseff, que começa a partir do dia 1 de janeiro de 2011, elevada. Para 62% dos entrevistados, a petista irá fazer um governo “timo ou bom”. / Comparativamente ao governo do presidente Lula, 18% acreditam que a gestão Dilma será melhor, 58% que será igual e 14% acham que será pior. / Se as prioridades apontadas pelos entrevistados para a próxima administração são ações que privilegiem as áreas da saúde, educação, segurança,

combate fome e pobreza, combate s drogas, geraiç½o de empregos e combate corrupç½o. / Assuntos mais lembrados / Entre os assuntos publicados pela imprensa que foram mais lembrados pelos entrevistados, a aç½o das Foras Armadas e a aç½o policial nas comunidades do Rio de Janeiro foi citada por 32% dos entrevistados. A composiç½o do governo da presidente Dilma Rousseff foi mencionada por 11% e as falhas e erros do Ministerio da Educaç½o na aplicaç½o do Exame Nacional do Ensino Mdio foram lembradas por 10%. / A discuss½o do salrio mnimo foi citada por 3% e o escndalo envolvendo a ex-ministra da Casa Civil Erenice Guerra, por 2%. O mesmo percentual foi obtido por assuntos como “obras do PAC”, 'censo do IBGE' e 'viagens do presidente Lula'." (03-AGO-JOR).

No exemplo 10, nós temos um dado em que a *fake news* se classifica na categoria Contexto Falso, pois, segundo checagem da Agência Lupa, os sites Portal Veja Agora e Alerta Rondônia copiaram uma reportagem antiga do portal G1 e publicaram como se fossem recentes, descontextualizando a informação. A reportagem é do ano de 2010, em que apresenta uma pesquisa de Ibope sobre Lula no fim de seu último mandato como presidente, com 87% de aprovação. A partir da estrutura da informação falsa, podemos identificar alguns erros de digitação ao longo do texto, o que apresenta um certo descuido com o texto que está sendo divulgado.

Além disso, o texto apresenta uma grande quantidade de informação, com dados representativos sobre o candidato, lugares, porcentagens, revelando intensidade da ação descrita em repetições ao longo do texto, como as palavras “aprovação” e “reprovação”. Na manchete, podemos destacar uma integração maior entre os conteúdos, o sujeito “Popularidade de Lula” está integrado aos verbos no presente do indicativo “bate” e “chega”, mas distante da oração “diz Ibope”, em que verificamos uma situação de oração principal e a primeira é a oração subordinada substantiva objetiva direta. Trata-se de uma topicalização, tornando essa informação (popularidade de Lula) mais importante do que quem disse de fato. Em relação ao Subprincípio de Quantidade, percebe-se, mais uma vez, uma maior quantidade de informação decorrente das inúmeras orações e períodos, detalhamentos informativos que significam uma maior complexidade do pensamento refletida no texto, buscando apresentar mecanismo morfológico e gramatical mais complexo, sendo possível associá-la a uma informação verídica. Além disso, não dá para negar a grande quantidade de problemas ortográficos ao longo do texto, evidenciando certo descuido com o material em relação ao seu conteúdo informativo e confirmando o resultado da pesquisa divulgada no início da dissertação, em que problemas ortográficos mais grosseiros é uma característica pertinente à identificação das *fake news*, além de revelar um “copia e cola”, o que já é uma forma de identificar as *fake news*.

A partir do entendimento de contexto em van Dijk, que o define como uma estrutura mentalmente representada daquelas propriedades da situação social que são relevantes para a produção ou compreensão do discurso (VAN DIJK, 2008b, p. 119), podemos associar que na *fake news* em análise houve o controle do contexto por parte do seu produtor, em que a situação comunicativa foi retirada de sua origem e transposta temporalmente para um outro período, estabelecendo um novo cenário, modificando assim o discurso e as categorias de tempo e do evento comunicativo. Para van Dijk, as condições de controle da mente são contextuais e discursivas.

- (11) "Jovem Se Esfaqueia Para Provar Que Facada de Bolsonaro Foi Falsa e Acaba Morrendo / 10 de set de 2018 / Um homem inconformado por a facada de Bolsonaro não ter saído sangue resolve se esfaquear e provar para amigos que a facada foi falsa, após de alto deferir a facada, Denilson Lopes não resistiu ao ferimento e acabou vindo a óbito / Foi durante uma discussão entre amigos na rua, em frente a residencia onde Denilson mora, em Bom Lugar-MA que o jovem revoltado resolveu se esfaquear para provar que uma facada de verdade sai sangue, o jovem acabou tendo razão pois a sua facada teve bastante sangramento mas lastimavelmente Denilson não resistiu e acabou morrendo. / Nas Redes Sociais o jovem vinha acompanhando o acontecimento e sempre criticando e suspeitando do fato da facada do candidato Bolsonaro não ter saído sangue, eles compartilhou diversas noticias afirmando que a facada foi FAKE. / Denilson era pedreiro, solteiro e não tinha filhos, a família do jovem está bastante abalada e não quis falar com a imprensa. / Fonte: Mídiaimparcial" (02-SET-JOR).

O exemplo 11 é do tipo Contexto falso (CFal), pois a imagem, que pode ser vista mais abaixo, utilizada na notícia, não corresponde a um acidente envolvendo uma prova sobre o ataque a Bolsonaro. A imagem já circulava desde 2016 e corresponde a uma notícia publicada pelo site Rondônia Ao Vivo, em que um homem de 28 anos havia sido esfaqueado em uma discussão de bar na cidade de Porto Velho. Assim, verificamos um uso descontextualizado da imagem, criando um cenário de informação falsa.

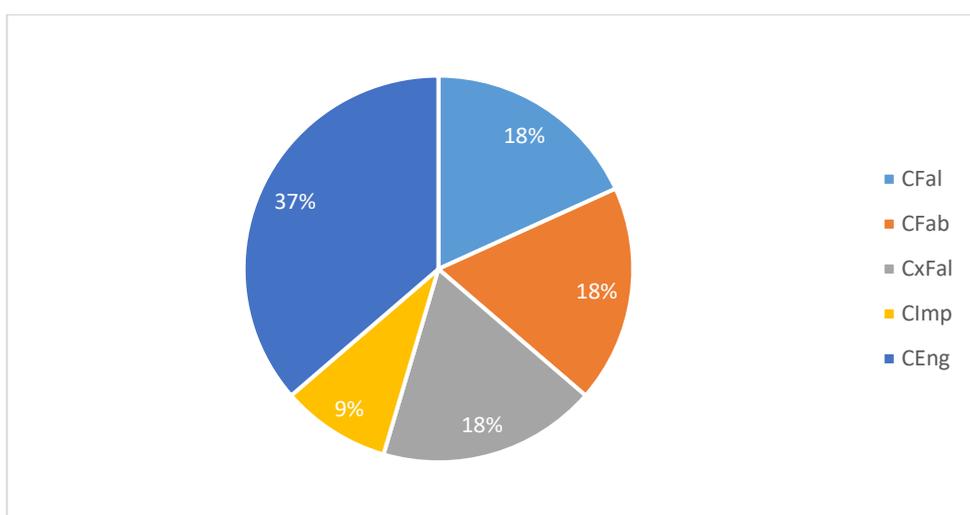
Há um grande sensacionalismo nesta *fake news*, quando partimos para a manchete, verificamos em "Jovem Se Esfaqueia Para Provar Que Facada de Bolsonaro Foi Falsa e Acaba Morrendo" uma menor proximidade entre o sujeito "jovem" e a locução verbal "acaba morrendo", já com o verbo "esfaquear" vemos uma maior proximidade, isso revela maior proximidade cognitiva com o ato do jovem realizar a ação e menor proximidade cognitiva com a locução verbal. Isso pode ser explicado levando em consideração a cadeia de importância informacional dada pelo falante. Sabemos que a ordenação de um enunciado expressa a

importância dada aos fatos, tendo em vista que a informação mais importante tende a ocupar o primeiro lugar na estrutura sintática. Em relação à quantidade de informação, verificamos o uso de uma grande quantidade de informação a respeito do caso, expondo informações sobre lugar, ação, entre outros.

No trecho “Foi durante uma discussão entre amigos na rua, em frente à residência onde Denilson mora, em Bom Lugar-MA que o jovem revoltado resolveu se esfaquear para provar que uma facada de verdade sai sangue, o jovem acabou tendo razão pois a sua facada teve bastante sangramento mas lastimavelmente Denilson não resistiu e acabou morrendo” verificamos na estrutura sintática a ordem dos acontecimentos no mundo real, atestando o subprincípio da ordenação sequencial. Nessa sequência, podemos perceber a narração em primeiro lugar da discussão, depois do ato de se esfaquear, do sangramento e da morte do indivíduo, verificando a ordem dos eventos percebida pelo falante.

A partir das análises realizadas nas *fake news* da categoria *Fake news Como Notícia*, pudemos identificar que não ocorreram casos de Conteúdo manipulado (CMan) e Sátira ou paródia (Sat/Par), o que se explica pela própria natureza de tais categorias, tendo em vista que Conteúdo manipulado (CMan) se refere à manipulação de imagens ou vídeos, e aqui estamos analisando a materialidade textual; e Sátira ou paródia (Sat/Par), que não são propriamente *fake news*, mas conceitos da linguagem que entram no ecossistema das *fake news* pela possibilidade de enganar um leitor que não compreenda tais estruturas textuais. A partir do que identificamos acima, elaboramos um gráfico referentes aos resultados das categorias de Claire Wardle (2017):

Gráfico 1 – Categorias das *Fake news* Como Página de Jornais



Fonte: a autora (2021).

Como podemos ver no gráfico, a categoria que mais teve ocorrência foi Conteúdo Enganoso (CEng), com 37% dos casos identificados. Em seguida, as categorias Contexto falso (CFal), Conteúdo fabricado (CFAb) e Conexão falsa (CxFal) apresentam, cada uma, o resultado de 18% do total das *fake news* analisadas. Finalmente, a categoria Conteúdo impostor (CImp) com 9%. Ao todo, na categoria *Fake news Como Notícia de Jornal*, foram coletadas 11 *fake news* de agosto a outubro no site da Agência Lupa.

Mediante análises realizadas, podemos concluir que a grande quantidade de casos de Conteúdo Enganoso (CEng), aqueles em que há uso enganoso de informações para incriminar alguém ou algo, deu-se por uma característica observada das *fake news* em questão: a fusão entre alguns elementos de cunho verdadeiro nas informações falsas publicadas. O que tem muita relação com o que Claire Wardle (2017) aborda a respeito das *fake news*, em que a autora afirma que elas fazem parte de um ecossistema completo de informação, em que simplesmente o término *fake* não dá conta da sua complexidade.

Um exemplo bem interessante desta característica pode ser visto nas duas *fake news* relacionadas ao TSE. Na *fake news* com a manchete “TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o vídeo)”, foi omitido que o edital de licitação 106/2017 tinha sido cancelado. Segundo a checagem da Agência Lupa, o edital foi realmente aberto e previa a compra de 30 mil módulos de impressão de voto, 6 mil bobinas e 25,3 mil cabinas de votação. A vencedora tinha sido a empresa Smartmatic, mas no mês seguinte, esta empresa havia sido reprovada no teste de impressão do voto. Outra informação relevante é que nesse edital não havia menção a códigos de segurança. Além disso, o voto impresso foi considerado inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal em junho de 2018. Na segunda *fake news* sobre o TSE, com a manchete “TSE troca empresa responsável pela divulgação da apuração”, novamente vemos a mescla com fatos verídicos como pano de fundo e o palco principal para a informação falsa. Nela, não houve a troca da empresa responsável pela apuração e, sim, para gerenciar a rede de distribuição de conteúdos, como ferramenta para ampliar a capacidade de acesso às páginas dos tribunais eleitorais.

Isso tem relação com o que Claire Wardle (2017) afirma:

A maior parte desse conteúdo nem é falso; muitas vezes é verdadeiro, usado fora de contexto e armado por pessoas que sabem que falsidades baseadas em um núcleo de verdade têm mais probabilidade de serem tomadas como verdade e compartilhadas. Além disso, a maior parte disso não pode ser descrita como “notícia”. São rumores à moda antiga, memes, vídeos manipulados, “anúncios micro-localizados” hipersegmentados e fotos antigas compartilhadas novamente como se fossem novas (WARDLE, 2020, p. 8).

A partir do que a autora afirma, podemos constatar que a fusão entre conteúdo verdadeiro e falso é recorrente, uma estratégia utilizada para conseguir convencer o leitor sobre a desinformação. Nessas *fake news* analisadas, vemos “sites impostores, desenvolvidos para se parecerem com meios de comunicação profissionais” (WARDLE, 2020). A autora ainda afirma que tais sites trabalham com conteúdos hipertendenciosos e enganosos, em que mais uma vez vemos uma relação direta com a categoria mais recorrente.

Uma outra característica que a autora afirma é que o “O compartilhamento de mesinformações é motivado por fatores sociopsicológicos. Quando estão on-line, as pessoas desempenham suas identidades.”, algo inteiramente relacionado à teoria de Tomasello (1999) sobre a transmissão cultural, em que “quando um ser humano está aprendendo ‘através’ de um outro, ele se identifica com esse outro e com seus estados intencionais e às vezes mentais” (TOMASELLO, 1999, p. 8). Segundo a autora, as pessoas querem se sentir conectadas à sua “tribo”, e isso “isso pode significar membros do mesmo partido político, pais que não vacinam seus filhos, ativistas preocupados com a mudança climática ou aqueles pertencentes a uma determinada religião, raça ou grupo étnico” (WARDLE, 2017, p. 10).

De uma maneira geral, as *fake news* analisadas giraram em torno de temáticas análogas. Às *fake news* analisadas pelo projeto "Detecção Automática de Notícias Falsas para o Português", ou seja, verificamos temáticas relacionadas a Política, TV e celebridades, Sociedade e cotidiano, Ciência e tecnologia, Economia e Religião. Vimos a política e sua associação a personalidades de grande influência social, como apresentadora de televisão Fatima Bernardes, a cantora Pablo Vittar, a atriz Patrícia Pillar; presidenciais em 2018, como Lula, Bolsonaro, Ciro, instituições, como o TSE, e até países, como a França, além de temáticas polêmicas, como a pedofilia. A partir dessas temáticas, podemos inferir que isso se deve ao uso da persuasão, procurando tornar o conteúdo apelativo para que chame a atenção do leitor, como nos casos da inclusão de Fátima Bernardes e Pablo Vittar, por exemplo, pessoas famosas e prestigiadas socialmente.

Em relação à estrutura e ao uso da linguagem, verificamos muitos problemas relacionados à ortografia, com problemas bem incipientes como a falta de concordância verbal e nominal, falta de padronização textual, com erros de grafia e codificação que dificultam a leitura do material. Pudemos concluir que isso revela uma falta de elaboração maior com o conteúdo. Em relação aos elementos da iconicidade, sobre o subprincípio da quantidade, foi verificado que a grande maioria das *fake news* da categoria *Fake news como Notícia de Jornal* possuíam maior quantidade de informação, o que revela uma maior complexidade de pensamento expressa na materialidade linguística. Isso pode ser explicado pela busca por tornar

a *fake news* mais semelhante à uma notícia verídica. Em relação ao subprincípio da ordenação sequencial, principalmente na manchete, observamos a ordenação na sentença mediante a informação mais importante a ser destacada, como em “Mourão Propõe Confisco em Poupança”, em que o aparecimento do referente “Mourão” como informação nova na manchete, revela a informação mais importante. Podemos inferir que as informações em destaque na ordenação sintática das sentenças revelaram o apelo ao público, pois essas informações importantes na oração sempre se referiam às personalidades, às instituições, entre outros, sendo uma estratégia linguística para chamar atenção do leitor.

4.1.2 Análise de Dados da Categoria *Fake news* como Publicação nas Redes

Considerando as categorias definidas por Claire Wardle (2017), identificamos:

Conteúdo fabricado (CFAb) - se refere a um conteúdo predominantemente falso, projetado para enganar e prejudicar alguém.

- a) "Em defesa da família / Susane Von Richthofen / 45 666 / deputada federal" (EX-02-AGO-PUB-CFAb).

Figura 9 – *Fake news* Suzane Von Richthofen



Agência Lupa (2018).

O exemplo EX-02-AGO-PUB é do tipo Conteúdo Fabricado (CFab), pois trata-se de um a um conteúdo predominantemente falso, projetado para prejudicar a imagem do Partido dos Trabalhadores (PT). Suzane von Richthofen, como se sabe, planejou o assassinato dos seus

pais em 2002, chocando o Brasil na época. A *fake news* em questão associa o Partido dos Trabalhadores a imagem de Suzane como representante à deputada federal com o lema “em defesa da família”. A *fake news* em questão foi divulgada em 23 de agosto de 2018, em um perfil falso do *Facebook*, chegando a ter 101 mil compartilhamentos, segundo a Agência Lupa. Podemos classificá-la como uma *fake news* quando identificamos os elementos visuais e linguísticos que a compõem. Em relação aos elementos visuais, identificamos a manipulação da imagem²⁸, retirada de seu contexto original (uma matéria de jornal online) e inserida no contexto político da eleição presidencial de 2018; a cor vermelha utilizada como relação imediata ao Partido dos Trabalhadores (PT), além do símbolo da estrela e a sigla do próprio partido. Em relação aos elementos linguísticos, temos: “‘Em defesa da família’ Suzane von Richthofen 13666 Deputada Federal”.

Em relação ao primeiro enunciado, podemos identificar a utilização do discurso direto com a inserção das aspas, indicando ao leitor que teria sido a própria Suzane a produtora do texto, sendo claramente uma tentativa de legitimar a própria *fake news*. Há uma seleção lexical muito própria nas palavras “defesa” e “família”, levando em consideração o contexto ao qual a imagem de Suzane remete, acusada pelo crime de assassinato dos próprios pais. Portanto, partindo dos campos semânticos, podemos dizer que há uma contradição, tendo em vista a associação de Suzane ao discurso de proteção à família, construindo, nesse sentido, um todo alarmante para o leitor. Além disso, podemos verificar a utilização do discurso “Em defesa da família”, que está relacionado aos valores conservadores e associados ao segmento político do candidato Bolsonaro, sendo utilizado na *fake news* em tom jocoso devido ao contexto da candidata ter sido a assassina dos pais. Em relação à iconicidade, podemos observar que, sobre o subprincípio da quantidade, vemos uma estrutura menos complexa, devido à pouca quantidade de informação. Vemos elementos interligados semanticamente, mas compoem uma imagem e apenas o nome, número e função de Susane. Sobre o subprincípio da ordenação sequencial, observamos como informação mais importante a oração “Em defesa da família”, devido à ordem sequencial de como aparece na imagem, enfatizando o discurso conservador em defesa da família para associar de maneira direta à imagem da própria Susane.

Após esse enunciado, o próprio nome da “candidata” é mencionado, como referência ao enunciado entre aspas, seguido do número de votação e da indicação ao cargo de Deputada Federal. Na numeração, há algo bastante peculiar, o número 13 do Partido dos Trabalhadores

²⁸ A imagem foi inspecionada pela ferramenta *Google imagens* e foram localizadas 100 páginas *on-line*, entre elas jornais e revistas digitais, com a utilização original da imagem de Suzane von Richthofen.

(PT) é associado aos números 666. Sabemos que os números 666 juntos representam, na tradição cristã, o número da besta, havendo uma clara associação do Partido dos Trabalhadores a uma relação da imagem com a representação social do demônio e a uma associação demoníaca para o PT, criando um cenário de demonização. Além disso, sabemos também que os candidatos ao cargo de Deputado Federal concorrem com números de quatro dígitos e não de cinco, invalidando, assim, a própria construção.

Segundo Claire Wardle (2017), a *fake news* é todo um ecossistema completo de informação e compreende a *misinformation*/má informação (difusão involuntária de informação falsa) e *disinformation*/desinformação (criação e difusão deliberada de informação que se sabe ser falsa), dividida em sete tipos. Desses sete tipos, há também a categoria Conteúdo Manipulado, que é quando imagens genuínas são manipuladas para enganar o público. Há, portanto, na *fake news* analisada, a criação de um conteúdo manipulado para enganar e direcionar a opinião pública contra o Partido dos Trabalhadores (PT) pela associação da imagem de Suzane von Richtofen fora de seu contexto original, pela seleção lexical, pela utilização do discurso direto como tentativa de legitimação do próprio conteúdo e também pela utilização simbólica dos números 666 para a demonização do partido, construindo um todo sensacionalista, difamatório e falso como intensificação do discurso de ódio ao PT.

Fazendo uma relação direta ao que pontua Robert Darntan (2017), sobre o que considera como o primeiro momento de aparição das notícias falsas, observamos uma relação com a *fake news* analisada, levando em consideração as modificações de ferramentas e práticas sociais de compartilhamento. No século XVI, Pietro Arentino utilizou um busto como suporte para divulgar seus sonetos difamatórios e tentar manipular a eleição pontifícia de 1522, na cidade de Roma. Atualmente, as redes sociais são utilizadas como suporte para a divulgação de inverdades com o mesmo objetivo. A manipulação da tecnologia, das redes sociais de compartilhamento e de recursos linguísticos específicos (todo esse conhecimento já em utilização e aperfeiçoamento pelos primatas humanos), diferentemente do século anterior, fizeram com que a notícia falsa chegasse ao grande público de forma diferente.

Sobre o processo cultural cumulativo sugerido por Tomasello (1999), podemos verificar a relação da venda de notícias falsas no século XVII, com as *Canards*, e o financiamento das *fake news* no período eleitoral de 2018. Além disso, a utilização de gravuras nas *Canards* como recurso para mobilizar a atenção do leitor e a utilização de imagens nas *fake news*, atualmente.

Há algo muito relacionado aqui sobre o uso das *Canards* no período da Revolução Francesa. Durante a Revolução, Darntan (2017) aponta que o rosto de Maria Antonieta foi inserido pelos gravadores na imagem de um monstro, servindo como propaganda política falsa,

o que intensificou a queda da rainha. Esse fato pode ser, inclusive, relacionado a *fake news* analisada, tendo em vista o caráter maquiavélico na utilização do simbolismo por trás dos números 666 associados ao PT, intensificando o ódio ao partido. Como não relacionar às manipulações de imagens em programas como *Photoshop*, entre outros, ou também a um fenômeno atual bem conhecido, as *deepfakes*, que são vídeos criados a partir de inteligência artificial para reproduzir a aparência, as expressões e até a voz de alguém, muito utilizado em contextos políticos?

A atuação dos “Parágrafos” e dos *Nouvellistes* também podem ser relacionados ao processo de compartilhamento das informações via redes sociais. Se antes o compartilhamento e a reprodução eram feitos “boca a boca” e reproduzidos nos jornais da época, ou era feito por meio de pequenos bilhetes deixados em alguns espaços públicos, hoje, o compartilhamento é realizado via redes sociais, pela *internet*, chegando a visualizações de toda a parte do mundo, sendo o resultado da modificação na utilização de ferramentas por parte dos primatas humanos no processo de transmissão cultural cumulativa.

Conteúdo Enganoso (CEng) - se refere ao uso enganoso de informações para incriminar alguém ou algo.

b) "BOLSONARO 2018 / VOTE 13" (EX-05-AGO-PUB)

Figura 10 – Fake news Jair Bolsonaro Vote 13



Agência Lupa (2018).

O exemplo EX-05-AGO-PUB é do tipo Conteúdo Enganoso (CEng), pois trata-se de um conteúdo que utiliza a informação de maneira enganosa, prejudicando o público em relação à numeração do candidato do Partido dos Trabalhadores como sendo do candidato Bolsonaro. Segundo checagem da Agência Lupa, o número de Jair Bolsonaro, candidato do PSL à presidência da República era 17 e não 13.

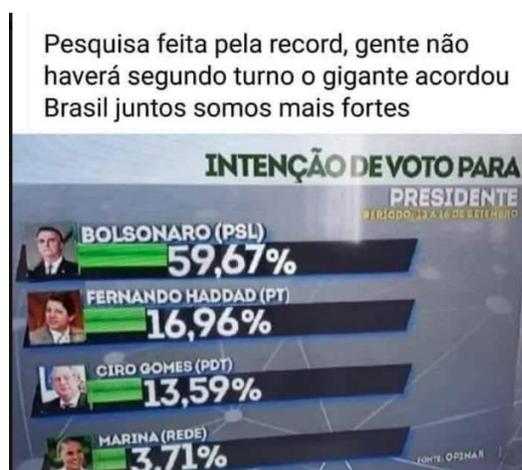
Podemos identificar, no texto "BOLSONARO 2018 / VOTE 13", que sobre o subprincípio da quantidade, há uma menor quantidade de informação, sendo reflexo de uma menor complexidade de pensamento. Em relação ao subprincípio de ordenação sequencial, verificamos como informação mais importante os termos "Bolsonaro" e "2018", tendo em vista que aparecem primeiro em sua ordenação sequencial, chamando a atenção do leitor para o candidato, enfatizada pela imagem de Bolsonaro na própria *fake news*. Não há como não perceber uma relação entre a imagem e o texto nesta *fake news*, em que Bolsonaro aparece acenando e sua mão se direciona ao texto, em que enfatiza o conteúdo em destaque.

Ainda sobre o uso da linguagem em "BOLSONARO 2018 / VOTE 13", podemos identificar o uso de verbo no imperativo em "vote", atestado uma linguagem imperativa e direcionada ao leitor da *fake news*, indicando uma ação. Isso demonstra a intenção apelativa de fazer com que o leitor que se identifique com o candidato Bolsonaro vote no candidato do partido oposto, ou seja, vote em Fernando Haddad do partido dos Trabalhadores (PT). Isso pode estar relacionado ao que van Dijk (2008b) considera como os tipos de poder, identificando nesta *fake news*, o poder persuasivo, que se realiza a partir do conhecimento, na informação, neste caso, da desinformação, ou na autoridade.

Conteúdo Manipulado (CMan) - em que imagens ou vídeos genuínos são manipulados para enganar.

- c) "Pesquisa feita pela record, gente não haverá segundo turno o gigante acordou Brasil juntos somos mais fortes / INTENÇÃO DE VOTO PARA / PRESIDENTE / PERÍODO 11 A 16 DE SETEMBRO". (EX-07-OUT-PUB).

Figura 11 – Fake news Pesquisa Record



Agência Lupa (2018).

O exemplo EX-07-OUT-PUB é do tipo Conteúdo Manipulado (CMan), tendo em vista o caso de uma manipulação de uma imagem, em que a pesquisa teve os números adulterados. Segundo a Lupa, o levantamento realizado pelo Instituto Opinar se relaciona apenas ao estado do Piauí e mostrava, dos dias 13 a 16 de setembro, Jair Bolsonaro (PSL) com 13% das intenções de voto – e não 59,67%. Além disso, era Fernando Haddad quem liderava as intenções de voto, com preferência de 41,87% dos entrevistados, e essa pesquisa, no dia 12 de setembro, não havia sido encomendada pela Record TV.

No texto "Pesquisa feita pela record, gente não haverá segundo turno o gigante acordou Brasil juntos somos mais fortes / INTENÇÃO DE VOTO PARA / PRESIDENTE / PERÍODO 11 A 16 DE SETEMBRO", podemos identificar menor quantidade de informação comparada às *fake news* como páginas de jornal, além de verificar uma menor integração entre os elementos, pela utilização de orações independentes, não havendo subordinação entre as sentenças. Além disso, como informação mais importante, podemos identificar a informação da pesquisa realizada pela Record, enfatizando a legitimidade do conteúdo pela origem indicada e lembrando que é emissora de apoio a Bolsonaro.

Conexão Falsa (CFal) - se refere a manchetes, imagens ou legendas que não confirmam o conteúdo.

- d) "HADDAD LADRÃO ROUBA A FOTO DO CARNAVAL DE SALVADOR E CHAMA DE FOTO DA VIRADA!" (EX-22-OUT-PUB).

Figura 12 – Fake news Foto de Carnaval



Agência Lupa (2018).

O exemplo EX-22-OUT-PUB é do tipo Contexto Falso (CFal), devido à utilização de uma legenda que não confirma o conteúdo da imagem, supondo que Fernando Haddad tenha criado uma falsa manifestação. Segundo investigação da Lupa, a foto em questão foi tirada pelo

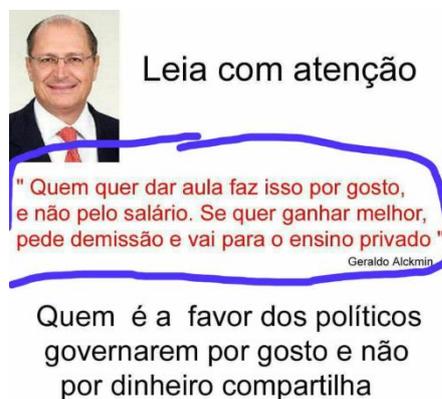
fotógrafo Ricardo Stuckert em 26 de outubro de 2018 e foi utilizada por Fernando Haddad em sua campanha como está indicado. Ela não foi retirada do carnaval de Salvador, como afirma a *fake news*.

Podemos observar, no texto "HADDAD LADRÃO ROUBA A FOTO DO CARNAVAL DE SALVADOR E CHAMA DE FOTO DA VIRADA!" uma maior integração entre os elementos, pois verificamos uma oração em que o sujeito "Haddad" aparece ligado às formas verbais "rouba" e "chama", além de estar totalmente integrado ao adjunto adnominal "ladrão", o que pode indicar que os elementos estão mais próximos cognitivamente, tendo sido, portanto, colocado mais próximo sintaticamente. Em relação à quantidade de informação, observamos, como no exemplo anterior, menor quantidade de informação. Além disso, a expressão "Haddad ladrão" se coloca na *fake news* como a informação mais importante. Além disso, verificamos a capacidade manipulativa nesta *fake news*, tendo em vista a capacidade de influenciar os usuários das redes sociais ao indicar que um candidato à presidência é um ladrão, enfatizado pelo uso do verbo "roubar" logo em seguida, buscando criar uma imagem negativa do indivíduo em questão.

Contexto falso (CFal) - se refere a um conteúdo genuíno que se difunde com a informação de contexto falso.

- e) "Leia com atenção / 'Quem quer dar aula faz por gosto, e não pelo salário. Se quer ganhar melhor, pede demissão e vai para o ensino privado' / Geraldo Alckmin / Quem é a favor dos políticos governarem por gosto e não por dinheiro compartilha" (EX-01-SET-PUB-CFal).

Figura 13 – Fake news Geraldo Alckmin



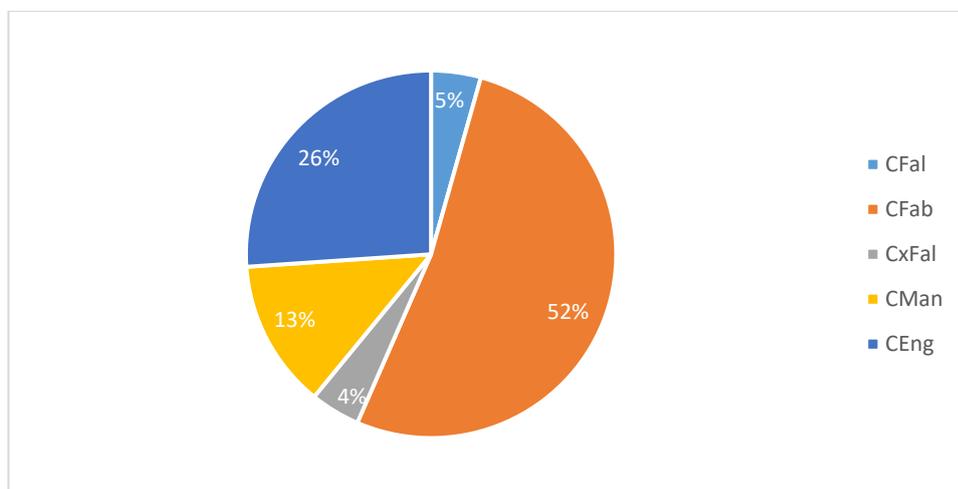
O exemplo EX-01-SET-PUB é classificado como Contexto falso (CFal), pois a frase em destaque, segundo Agência Lupa, não foi dita por Geraldo Alckmin, como indica a *fake news*, e, sim, ela foi proferida por Cid Gomes em agosto de 2011, configurando-se como uma descontextualização.

Podemos observar, a partir do subprincípio da quantidade, uma menor quantidade de informação, a partir da identificação de menos elementos linguístico, revelando menor complexidade de pensamento devido a menor complexidade de expressão. Em relação à ordenação dos elementos na cadeia sintática, observamos uma falta de indicação entre o sujeito e as formas verbais, tendo em vista que a mensagem é generalista, além disso, verificamos que o enunciado “quem quer dar aula” aparece como informação mais importante na cadeia sintática.

Nos trechos “Leia com atenção” e “Quem é a favor dos políticos governarem por gosto e não por dinheiro compartilha” observamos um recurso apelativo com o uso do imperativo em “leia” e “compartilha”, fazendo-se concretizar uma forma de poder indicada por van Dijk, ou seja, o poder persuasivo.

A partir das análises realizadas nas *fake news* da categoria *Fake news Como Publicação nas Redes*, pudemos identificar que não ocorreram casos de Conteúdo Impostor (CImp) e Sátira ou paródia (Sat/Par). Como podemos ver no gráfico a seguir, a categoria que mais teve ocorrência foi Conteúdo Fabricado (CFab), com 52% dos casos identificados. Em seguida, as categorias Conteúdo Enganoso (CEng), com 26%, Conteúdo Manipulado (CMan), com 13%, Contexto falsa (CFal), com 5%, e Conexão falsa (CxFal), com 4%. Ao todo, na categoria *Fake news Como Publicação nas Redes*, foram coletadas 46 *fake news* de agosto a outubro no site da Agência Lupa.

Gráfico 2 – Categorias das Fake news Como Publicação nas Redes



Fonte: as autoras (2021).

Sobre os subprincípios da iconicidade identificados nas duas categorias analisadas (*Fake news como Notícia de Jornal e Fake news como Publicação nas Redes*), podemos observar uma ocorrência sobre o subprincípio da quantidade na tabela a seguir.

Tabela 2 – Frequência do Subprincípio da quantidade

Subprincípio da Quantidade	PUB-RED*	PAG-JOR**
Maior quantidade de informação	43	7
Menor quantidade de informação	3	4

*PUB-RED é a sigla utilizada para a categoria *Fake news como Publicações nas Redes*.

**PAG-JOR é a sigla utilizada para a categoria *Fake news como Página de Jornais*.

Desta forma, uma menor quantidade de informação na categoria *Fake news como Publicações nas Redes*, o que pode ser explicado pelo meio em que estas *fake news* foram divulgadas, pois se tratam de publicações em redes sociais, o que difere das *fake news* categoria *Fake news como Página de Jornais*, pois se tratam de *fake news* com imitação da forma de se escrever notícia, encontrando em algumas das *fake news* analisadas, inclusive, uma cópia literal do conteúdo de notícias verídicas. A partir das análises realizadas, verificamos que a quantidade de ocorrências de Conteúdo Fabricado (CFab), com 52% dos casos identificados, pode ser explicada pela utilização mais incisiva de criação de *fake news* sobre atores sociais específicos, no intuito de prejudicar a sua imagem ou a imagem de determinado partido político.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao verificarmos o resultado das análises, pudemos observar que, sobre a materialidade textual-discursiva das *fake news* analisadas e o estabelecimento enquanto um gênero, no que se refere à estrutura linguística do texto: 1) Adequação à norma culta escrita (ou língua urbana de prestígio); 2) Mecanismos sintáticos (iconicidade e outros recursos) e 3) Adequação ao gênero discursivo emulado. Além disso, ocorrem erros de ortografia, concordância verbal e nominal, falta de padronização textual, que seguem como uma característica recorrente neste tipo de texto, apresentando uma falta de elaboração textual adequada aos leitores, o que evidencia a própria característica de uma *fake news*, como verificada no projeto "Detecção Automática de Notícias Falsas para o Português". No que tange os aspectos relacionados aos casos recorrentes dos subprincípios da iconicidade, observamos que a grande maioria das *fake news* da categoria *Fake news como Notícia de Jornal* possuía maior quantidade de informação, já categoria *Fake News como Publicação nas Redes*, menor quantidade de informação.

Em relação ao subprincípio da ordenação sequencial, principalmente nas manchetes, observamos a ordenação na sentença mediante a informação mais importante a ser destacada, o que nos leva a inferir que as informações em destaque na ordenação sintática das sentenças revelaram o apelo ao público, pois essas informações importantes na oração sempre se referiam às personalidades, às instituições, entre outros, sendo uma estratégia linguística para chamar atenção do leitor, utilizadas para influenciar a tomada de decisão em relação ao voto no período eleitoral de 2018. Isso confirma o que van Dijk (2008b) atesta a respeito dos tópicos, que podem influenciar o que as pessoas veem como informação mais importante da escrita e da fala e, assim, corresponderem aos níveis superiores de seus modelos mentais.

Esses dados revelam que há o intuito de um tipo de *fake news* ter como objetivo ser similar a uma notícia de jornal, com mais informações, e até reproduzindo o texto integral, fazendo com que o leitor credibilize mais as informações, diferenciando-se do tipo de *fake news* divulgada nas redes sociais, em que o caráter apelativo se intensifica com a inserção de imagens mais chamativas, sendo, portanto, uma outra estratégia utilizada para apostar na manipulação dos leitores. Sobre o caráter discursivo, compreendemos que as *fake news* analisadas, a partir do que considera van Dijk (2008b), estão relacionadas a uma ação de manipulação e persuasão para o controle da mente, em que os grupos mais influentes que se destinam à produção e ao

compartilhamento das *fake news* possuem o poder de controlar as mentes e as ações de grupos que não detêm o poder de influência e alcance. Assim como em Foucault (2014), a função de controlar como a de validar as relações de poder estabelecidas em contexto sócio-histórico e a partir de grupos sociais diversos, como foi visto nos dados coletados e analisados, relaciona-se ao mecanismo de exclusão, “a vontade de verdade”, sendo pois, a *fake news* o lugar do falso propositalmente como lugar da verdade.

Em razão do exposto, por que, então, as pessoas acreditam em *fake news*? Sabemos que as estruturas discursivas e as estruturas sociais são mediadas pela cognição (VAN DIJK, 2015), o que acontece na linguagem, no discurso e na cognição, que faz com que as pessoas credibilizem as *fake news* se relaciona com um processo emocional e também de instabilidade vivenciada no período eleitoral, com forte polarização política, tendo em vista que as crenças e as emoções atuam também no processo de consumo das *fake news*, pois, em decorrência da transmissão cultural, somos seres inseridos em contextos sociais, históricos e culturais, permeados pela relações de poder a partir de diversos grupos sociais. Esse grupos sociais detém maior ou menor poder entre outros grupos, agindo no controle de suas mentes e de suas ações, instalando-se por meio dos modelos mentais que influenciam os discursos e também outras práticas sociais, sendo possível identificarmos como a emoção e as relações de poder se estruturaram na construção das *fake news* do período eleitoral de 2018.

Em relação ao compartilhamento das *fake news* na sociedade, podemos concluir que os co-específicos possuem estados mentais que podem ser afetados, associando às informações falsas à cognição intencional dos seres humanos, que são agentes intencionais e que se envolvem em uma aprendizagem cultural na utilização de novas práticas sociais, incluindo nelas a produção e o compartilhamento de *fake news*.

Sobre como se estabelece a constituição do gênero *fake news*, observamos que na verificação de sua forma e função, além de manter relações com os domínios discursivos abordados em Marcuschi (2008), como jornalístico, saúde, comercial, publicitário, a modalidade escrita das *fake news* é encontrada em formas, estruturalmente falando, de notícias, de comentários, receitas caseiras, avisos, propagandas; e, na modalidade oral, em forma de comentários, conselho médico, avisos, advertências etc. Podendo ser verificadas as seguintes características, a partir das *fake news* analisadas: (i) **Forma Estrutural** (manchete, linha fina, lide, corpo do texto, imagem, desarmonização tipográfica, fonte da imagem incoerente); (ii) **Propósito Comunicativo** (causar a desinformação, manipular, disseminar o medo, o ódio); (iii)

Conteúdo (política), (iv) **Meio de transmissão** (*internet, sites* e redes sociais); (v) **Papéis dos interlocutores** (produtor, compartilhador de *fake news* e o seu público); (vi) **Contexto situacional** (período eleitoral de 2018).

Levando em consideração as categorias de Claire Wardle (2017) identificadas, constatamos que houve uma maior quantidade de casos de Conteúdo Enganoso (CEng), totalizando 63% dos casos. Essa categoria se refere às *fake news* em que há o uso enganoso de informações para incriminar alguém ou algo, que deu-se por uma característica observada das *fake news* em questão: a fusão entre alguns elementos de cunho verdadeiro nas informações falsas publicadas. O que se relaciona direto com o que Claire Wardle (2017) aborda a respeito das *fake news*, por elas fazerem parte de um ecossistema completo de informação, identificando um aspecto interessante na relação com o diagrama de funcionamento entre a *De-sinformation*, a *Mi-sinformation* e a *Mal-information*, em que a maioria dos casos estavam inseridos em *Mi-sinformation*, ou seja, um conteúdo completamente falso. Além disso, verificamos que a maioria das *fake news* analisadas foram construídas para incriminar alguém ou algo, o que atesta mais uma estratégia discursiva de construção de perfil associado a um ator social ou a uma instituição que estivesse ligado/ligada diretamente aos partidos políticos ou aos candidatos políticos destes partidos.

Em todas as *fake news* analisadas, verificamos 19 menções ao candidato Jair Bolsonaro, 7 ao Partido dos Trabalhadores (PT) e 11 menções ao candidato Fernando Haddad. Além disso, verificamos 5 *fake news* relacionadas às eleições/urnas e 2 ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), indicando fraude e também insegurança para a realização do voto. Isso demonstra a frequência com que determinado candidato aparecia nas redes e nas páginas de jornais fake, fazendo com que sua recorrência se estabelecesse como modelo mental para os eleitores, em que esses modelos mentais de eventos específicos, esse conhecimento, entre outros, influenciam os discursos e também outras práticas sociais dos indivíduos.

Levando em consideração o que foi exposto, é possível concluirmos que as *fake news* realizam a comunicação de desinformações, ou seja, não há amparo institucional midiático, embora compartilhada em muitos grupos e veiculada amplamente nas redes sociais e em outras práticas de interação, ela também promove as relações de poder a partir do acesso a determinados discursos, em que, na relação de construção e manutenção de uma rede de desinformação, existe o poder de influenciar e modificar posicionamentos, como o de votar em candidato x ou y, por exemplo. Também consideramos que, a partir do uso da persuasão do

leitor a uma determinada crença, manipulam-se contextos, discursos e posicionamentos na esfera social.

REFERÊNCIAS

ABREU, Antônio Suárez. **Linguística Cognitiva: Uma Visão Geral e Aplicada**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2010.

AGRESSOR de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal. Folhamax, 6 set. 2018. Disponível em: <https://www.evernote.com/shard/s227/u/0/client/snv?noteGuid=ce2bde42-8d6a-4f7a-b697-0ba4fde01d17¬eKey=c862c99003bb1bf85c8bee6bc85ad546&sn=https%3A%2F%2Fwww.evernote.com%2Fshard%2Fs227%2Fsh%2Fce2bde42-8d6a-4f7a-b697-0ba4fde01d17%2Fc862c99003bb1bf85c8bee6bc85ad546&title=Agressor%2Bde%2BBolsonaro%2B%25C3%25A9%2Bdetido%2Bpela%2BPol%25C3%25ADcia%2BFederal%2B%257C%2BFOLHAMAX>. Acesso em: 27 nov. 2020.

ALEXANDER, Laurence; SILVERMAN, Craig. How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With *Fake news*. **Buzzfeed News**, 2016. Disponível em: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>. Acesso em: 26 nov. 2020.

ALMEIDA, Jussara *et al.* A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp. **Revista Webmedia**, Salvador, p 16-19, 2018.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992. 415 p.

BARROS, Gisele. Marca da era Trump e do Brexit, ‘fake news’ abalaram café do Brasil nos anos 30. **Acervo O Globo**, 2017. Disponível em: <https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/marca-da-era-trump-do-brexit-fake-news-abalaram-cafe-do-brasil-nos-anos-30-21761730#ixzz6XfllMDmJ>. Acesso em: 10 set. 2020.

BASILE, Juliano. Brasileiro é o povo que mais acredita em boato, aponta pesquisa. **Valor Globo**, Brasília, 2018. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/noticia/2018/10/08/brasileiro-e-o-povo-que-mais-acredita-em-boatos-aponta-pesquisa.ghtml> Acesso em: 13 out. 2020.

BECKER, Clara. #Verificamos: imagem de pesquisa que mostra vitória de Bolsonaro no 1º turno foi manipulada. Agência Lupa, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/06/verificamos-pesquisa-vitoria-bolsonaro/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

BENTES, A. C. Linguística textual. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Org.). **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**, v. 1. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2001, p. 245-287.

BEZERRA, Benedito Gomes. **Gêneros no contexto Brasileiro: questões [meta]teóricas e conceituais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2017.

BRANDÃO, Marcos Lira. **As bases biológicas do Comportamento: Introdução à Neurociência**. São Paulo: EPU – Editora Pedagógica e Universitária, 2004.

BRETAS, V. PF indícia dona de triplex vizinho ao de Lula no Guarujá. **Exame**, 22 ago. 2016, 09:55. Disponível em: <https://exame.com/brasil/pf-conclui-relatorio-e-indicia-dona-do-triplex-do-guaruja/>. Acesso em: 30 mai. 2020.

CALLIARI, M. *Fake news*, filter bubbles, post truth and trust: a study across 27 countries. **Instituto Ipsos** – Instituto de Pesquisas, 2018. Disponível em: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-08/fake_news-report.pdf. Acesso em: 13 out. 2020.

CARVALHO, R. Notícias falsas ou propaganda? Uma análise do estado da arte do conceito *fake news*. **Revista Questões Transversais**, Rio Grande do Sul, vol. 7, n. 13, p. 21-31, 2019.

CASO Richthofen. Wikipédia, a enciclopédia, 2020. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Caso_Richthofen. Acesso em: 09 jul. 2020.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. *Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 1999.

COMMIT to transparency – sign up for the International Fact-Checking Network’s code of principles. **Poynter**. Disponível em: <<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>>. Acesso em: 31 mai. 2020.

COMO a Lupa faz suas checagens? **Agência Lupa**, 15 out. 2015, 09:02. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-fazemos-nossas-checagens/>>. Acesso em: 15 mai. 2020.

COUTO, Durvalino. Piauiense é a primeira negra diplomata no Itamaraty. *Piaui Hoje*, 23 jan. 2018. Disponível em: <https://piauihoje.com/noticias/geral/piauiense-e-a-primeira-negra-diplomata-no-itamaraty-59309.html>. Acesso em: 27 nov. 2020.

D’ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de *Fake news*. Tradução de Carlos Szlak. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DANTAS, C.; GELAPE, L. Apenas 4% dos candidatos eleitos para cargos de senador e deputado estadual e federal são pretos. **G1**, 09 ago. 2018, 06:58. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/09/apenas-4-dos-candidatos-eleitos-para-cargos-de-senador-e-deputado-estadual-e-federal-sao-pretos.ghtml> -. Acesso em: 30 mai. 2020.

DARTON, Robert. *The True History of Fake news*. **Nybooks**, 2017. Disponível em: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 15 jul. 2020.

DATAFOLHA. *O Uso das Redes Sociais: Eleições 2018*. **Instituto de Pesquisa DataFolha**. Opinião Pública. São Paulo, 2018. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/10/27/44cc2204230d2fd45e18b039ee8c07a6.pdf>. Acesso em: 26 nov 2020.

ELEIÇÕES 2018: Procuradoria é favorável a compartilhar provas do STF para o TSE. **CNN**, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/06/09/eleicoes-2018-procuradoria-e-favoravel-a-compartilhar-provas-do-stf-para-o-tse>. Acesso em: 26 nov. 2020.

ENTENDA as etiquetas da Lupa. **Agência Lupa**, 15 out. 2015, 09:03. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/entenda-nossos-pinguins/>. Acesso em: 31 mai. 2020.

ESCLARECIMENTOS sobre informações falsas veiculadas nas eleições 2018. TSE, 2018. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/hotsites/esclarecimentos-informacoes-falsas-eleicoes-2018/>. Acesso em: 17 ago. 2020.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

_____. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. Londres e Nova York: Routledge: 2003a.

FAKE NEWS. In: DICIONÁRIO da língua inglesa. Cambridge: Cambridge Dictionary, 2020. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/fake-news>. Acesso em: 31 de mai. 2020.

FAKE NEWS. In: DICIONÁRIO da língua inglesa. Glasgow: Collins English Dictionary, 2018. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/fake-news>. Acesso em: 31 mai. 2020.

FAKE NEWS. In: DICIONÁRIO da língua inglesa. Oxford: Oxford English Dictionary (OED), 2018. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news?q=fake+news>. Acesso em: 31 mai. 2020.

FAKE NEWS. In: DICIONÁRIO da língua portuguesa. Dicio: 2019. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/fake-news/>. Acesso em: 31 mai. 2020.

FANTE, A.; SILVA, T. M. da; GRAÇA, V. da; *Fake news* e Bakhtin: gênero discursivo e a (des)apropriação da notícia. **Revista Big Data e Fake news na sociedade do (des)conhecimento**, Aveiro, ed. 1, p. 68-86, 2019.

FÁTIMA Bernardes faz surpresa e reforma casa da família de esfaqueador de Bolsonaro. *Mídia Imparcial*. Disponível em: <https://archive.md/1xkLS#selection-1025.1-1025.84>. Acesso em: 27 nov. 2020.

FERRARI, Pollyana. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC, 2018. (versão virtual Epub).

FISCHER, R. Foucault e a Análise do Discurso em Educação. **Revista Cadernos de Pesquisa**, São Paulo, n. 114, p 197-223, nov. 2001.

FONSECA, Homero. **Tapacurá: viagem ao planeta dos boatos**. Recife: Cepe, 2015.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

_____. **A Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1986. 236 p.
 _____. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1978.

FRANÇA aprova pedofilia e argumenta que crianças podem consentir sexo com adultos. *Expresso Ceará*, 23 ago. 2018. Disponível em: <https://www.expressoceara.com.br/noticias/bagarre/franca-aprova-pedofilia-e-argumenta-que-criancas-podem-consentir-sexo-com-adultos>. Acesso em: 27 nov. 2020.

GOUSSINSKY, Eugenio. Índia tem onda de linchamentos causados por *fake news*. *R7*, 2018. Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/india-tem-onda-de-linchamentos-causados-por-fake-news-17072018>. Acesso em: 12 set. 2020.

GRAGANI, Juliana. Investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil. **BBC News**, Londres, 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/investigacao-revela-exercito-de-perfis-falsos-usados-para-influenciar-eleicoes-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 26 nov. 2020.

JOVEM Se Esfaqueia Para Provar Que Facada de Bolsonaro Foi Falsa E Acaba Morrendo. *A Perola do Mamure*, 10 set. 2018. Disponível em: <https://aperoladomamore.com.br/jovem-se-esfaqueia-para-provar-que-facada-de-bolsonaro-foi-falsa-e-acaba-morrendo/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

JUSTIÇA volta a liberar Suzane Richthofen para saída temporária após ter sido flagrada em festa. *O Dia*, 2018. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/brasil/2018/12/5605092-justica-volta-a-liberar-suzane-richthofen-para-saida-temporaria-apos-ter-sido-flagrada-em-festa.html#foto=1>. Acesso em: 28 ago. 2020.

KEYS, Ralph. **A Era da Pós-verdade**: Desonestidade e enganação na vida contemporânea. Tradução de Fábio Creder. Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

KOCH, I. G. V., BENTES, C. e CAVALCANTE, M. M. *Intertextualidade: diálogos possíveis*. São Paulo, Cortez, 2007.

LETA, Thamine. Serra é atingido na cabeça durante confusão no Rio. *G1*, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/serra-e-atingido-na-cabeca-durante-caminhada-no-rio-de-janeiro.html>. Acesso em: 11 set. 2020.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes; Unicamp, 1993. 200 p.

MARCUSCHI, L. A. **Produção Textual, Análise de Gêneros e Compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008. 296 p.

MARÉS, C. #Verificamos: É falso que 'PF conclui inquérito sobre triplex, inocenta Lula e indicia dona'. **Agência Lupa**, Rio de Janeiro, 22 ago. 2018, 17:26. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/22/verificamos-triplex-dona/>. Acesso em: 21 mai. 2020.

MARÉS, Chico. #Verificamos: Haddad não usou foto de carnaval para divulgar ato de apoio em Salvador. *Agência Lupa*, 2018. Disponível

em:<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/27/verificamos-haddad-foto-carnaval-salvador/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

MARÉS, Chico. #Verificamos: Livro de Haddad não defende ‘relação sexual entre pais e filhos’. **Agência Lupa**, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/27/verificamos-livro-haddad-incesto/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

MARÉS, Chico. #Verificamos: Suzane von Richthofen não é candidata a deputada federal. **Agência Lupa**, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/24/verificamos-richthofen-candidata-pt/>. Acesso em: 19 jul. 2020.

MARÉS, Chico. #Verificamos: Suzane von Richthofen não é candidata a deputada federal. Agência Lupa, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/24/verificamos-richthofen-candidata-pt/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

MARTELLOTA, Mário Eduardo; PALOMANES, Roza. Linguística Cognitiva. In: MARTELLOTA, Mário Eduardo (org.). **Manual de Linguística**. São Paulo: Editora Contexto, 2011.

MATSUKI, Edgard. Caminhoneiros farão nova paralisação no domingo, avisam líderes da greve #boato. Boatos.org, 2018. Disponível em: <https://www.boatos.org/brasil/caminhoneiros-nova-paralisacao-lideres.html>. Acesso em: 12 set. 2020.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de S. Paulo**, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 26 nov. 2020.

MELO, I. K. S. DE. The post-truth in social networks as a discursive resource for mass manipulation. **Cadernos de Linguística**, v. 1, n. 4, p. 01-19, 23 Feb. 2021. Disponível em: <https://cadernos.abralin.org/index.php/cadernos/article/view/257>. Acesso em: 20 nov. 2021.

MORANDE, Charles Théveneau de. **Le Gazetier Cuirassé, ou Anecdotes Scandaleuses de la Cour de France**. Londres, 1771.

MOURÃO também propõe confisco da poupança. Brasdangola Blogue, 4 out. 2018. Disponível em: <https://brasdangola.com/2018/10/04/mourao-tambem-propoe-confisco-da-poupanca/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

NOTÍCIA FALSA. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2020. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Not%C3%ADcia_falsa&oldid=58269433. Acesso em: 15 mai. 2020.

O TERMO *fake news* no Brasil 2004-2020. Google Trends, Brazil, 2 figura, 2020. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&geo=BR&q=fake%20news>. Acesso em: 09 set. 2020.

OEA diz que uso de *fake news* nas eleições do Brasil é ‘sem precedentes’. **ISTOÉ**, 2018. Disponível em: <https://istoe.com.br/oea-diz-que-uso-de-fake-news-nas-eleicoes-do-brasil-e-sem-precedentes/>. Acesso em: 26 nov. 2020.

PABLO VITTAR AMEAÇA DEIXAR O BRASIL CASO BOLSONARO SEJA ELEITO EM 2018. Bahia 25 Horas, 27 nov. 2021. Disponível em: <http://www.bahia25horas.com.br/noticias/fofoca-com-ciroca,4724,pablo-vittar-ameaca-deixar-o-brasil-caso-bolsonaro-seja-eleito-em-2018.html>. Acesso em: 27 nov. 2020.

PELLIZZARIL, Bruno Henrique Miniuchi; JUNIOR, Irineu Francisco Barreto. Bolhas Sociais e Seus Efeitos na Sociedade da informação: Ditadura do Algoritmo e Entropia na Internet.

PF conclui inquérito sobre Triplex de Guarujá, inocenta Lula e indícia dona do imóvel. **Fato a Fato**. Disponível em: <https://www.fatoafato.com.br/2018/08/pf-conclui-inquerito-sobre-triplex-de.html>. Acesso em: 31 mai. 2020.

PF conclui inquérito sobre Triplex de Guarujá, inocenta Lula e indícia dona do imóvel. Wscom, 18 ago. 2018. Disponível em: <https://www.fatoafato.com.br/2018/08/pf-conclui-inquerito-sobre-triplex-de.html>. Acesso em: 27 nov. 2020.

PIAUIENSE é a primeira negra diplomata no Itamaraty. **Revista AZ**, 24 jan. 2018, 00:23. Disponível em: <https://revistaaz.com.br/piauiense-e-a-primeira-negra-diplomata-no-itamaraty.html>. Acesso em: 31 mai. 2020.

_____. #Verificamos: Piauiense não ‘é a primeira negra diplomata no Itamaraty’. **Agência Lupa**, Rio de Janeiro, 22 ago. 2018, 09:36. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/20/verificamos-piauiense-primeira-negra-itamaraty/>. Acesso em: 21 mai. 2020.

POPULARIDADE de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope. Alerta Rondônia. Disponível em: <https://alertarondonia.com.br/geral/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-a-87-diz-ibope/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

RESENDE, Leandro. #Verificamos: Bolsonaro não disse que ‘paciente com câncer custa caro para o Estado’ e que vai ‘cortar essa farra’. **Agência Lupa**, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/09/bolsonaro-cancer-farra/>. Acesso em: 27 jul. 2020.

ROSSI, Mariane. Mulher espancada após boatos em rede social morre em Guarujá, SP. G1, Santos, 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>. Acesso em: 12 set. 2020.

SANTAELLA, L. (2010). **A ecologia pluralista da comunicação**. Conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo, Paulus.

SANTOS, W. S. RICHE, R. C. TEIXEIRA, C.S. **Análise e produção de textos**. São Paulo: Contexto, 2013.

SHREIBER, M. Eleições 2018: Candidaturas de negros crescem, mas partidos continuam com maioria de brancos. **BBC News Brasil**, Brasília, 29 ago. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45289523>. Acesso em: 31 mai. 2020.

SILVA, Augusto Soares da. Linguagem, Cultura e Cognição, ou a Linguística cognitiva. *In*: SILVA, Augusto Soares da. GONÇALVES, Miguel; TORRES, Amadeus. (org.). **Linguagem, Cultura e Cognição: Estudos de Linguagem Cognitiva**. Coimbra: Almedina, vol. I, 2004.

SLOBIN, D. I. (1980) **Psicolinguística**. São Paulo: Companhia Editora Nacional.

SOLL, Jacob. The Long and Brutal History of *Fake news*. **Politico Magazine**, 2016. Disponível em: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>. Acesso: 25 nov. 2020.

TANDOC JR., E.; LIM, Z.W., LING, R. 2017. **Defining “Fake news”**: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, London, 6(2):1-17, ago.

TARDÁGUILA, Cristina. #Verificamos: cuidado com ‘santinhos’ com números de urna trocados. Agência Lupa, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/20/verificamos-santinhos-numeros-urna-trocado/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

TARDÁGUILA, Cristina. #Verificamos: É falsa notícia de que Pablllo Vittar encerrará carreira se Bolsonaro vencer. Agência Lupa, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/21/verificamos-pablllo-vittar-bolsonaro/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

TARDÁGUILA, Cristina. #Verificamos: França não ‘aprovou lei da pedofilia’. Agência Lupa, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/25/verificamos-franca-nao-aprovou-lei-da-pedofilia/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

TARDÁGUILA, Cristina. Correntes falsas de WhatsApp provocam linchamentos e mortes na Índia. **Época**, 2018. Disponível em: <https://epoca.globo.com/Analise/noticia/2018/07/correntes-falsas-de-whatsapp-provocam-linchamentos-e-mortes-na-india.html>. Acesso em: 26 nov. 2020.

THE REAL Story of 'Fake news'. **Merriam-Webster** Disponpivel em: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>. Acesso em: 09 de set. 2020.

TOMASELLO, Michael. **Origens Culturais da Aquisição do Conhecimento Humano**. Tradução de Claudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 2019. Original publicado em 1999.

TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o vídeo). *Jornal da Cidade*, 18 set. 2018. Disponível em: <https://www.evernote.com/shard/s227/u/0/client/snv?noteGuid=ae6d2fe4-a98a-4657-ba04-77332312a5e6¬eKey=e80613b35dc241c1c1fb813390e8d2c2&sn=https%3A%2F%2Fwww>

w.evernote.com%2Fshard%2Fs227%2Fsh%2Fae6d2fe4-a98a-4657-ba04-77332312a5e6%2Fe80613b35dc241c1c1fb813390e8d2c2&title=TSE%2Bentregou%2Bc%25C3%25B3digos%2Bde%2Bseguran%25C3%25A7a%2Bdas%2Burnas%2Beletr%25C3%25B4nicas%2Bpara%2Ba%2BVenezuela%2Be%2Bnegou%2Bacesso%2Bpara%2Bauditores%2Bbrasileiros%2B%2528veja%2Bo%2Bv%25C3%25ADdeo%2529. Acesso em: 27 nov. 2020.

TSE troca empresa responsável pela divulgação da apuração. *O Antagonista*, 24 out. 2018. Disponível em: <https://www.oantagonista.com/brasil/tse-troca-empresa-responsavel-pela-divulgacao-da-apuracao/>. Acesso em: 27 nov. 2020.

VALENTE, Jonas. Notícias Falsas Influenciaram Eleições Deste Ano, Dizem Pesquisadores. **Agência Brasil**, Brasília, 2018. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-11/noticias-falsas-influenciaram-eleicoes-deste-ano-dizem-pesquisadores>. Acesso em: 02 dez. 2018.

VAN DIJK, Teun A. **Discurso e Poder**. São Paulo: Contexto, 2008b.

_____. Critical Discourse Analysis. In: SCHIFFRIN, D.; TANNEN, D.; HAMILTON, H. E. **The Handbook of Discourse Analysis**. Oxford: Blackwell Publishers, 2015. Cap. 22, p. 466-485.

_____. **Discurso e Contexto: Uma abordagem sociocognitiva**. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. El estudio del discurso. In: VAN DIJK, T. **El discurso como estructura y proceso**. Barcelona: Gedisa, 2000. Cap. 1, p. 21-65.

_____; WODAK, Ruth. Critical discourse analysis. In: DIJK, Teun A. van., **Discourse as Social Interaction: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction**. Califórnia: Sage, 1997.

VERIFICAMOS: Alckmin não disse que professor deve dar aula ‘por gosto, e não pelo salário’. Agência Lupa, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/09/03/verificamos-alckmin-professores/>. Acesso em: 27 nov. 2021.

VICENTE, Renata; MELO, Istárlet. *Fake news*: um estudo do gênero textual. **RevLet – Revista Virtual de Letras**, v. 12, nº 02, p. 566-585, ago/dez, 2020. Disponível em: <http://www.revlet.com.br/artigos/595.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2020.

WARDLE, Claire. *Fake news*. It’s complicated. **First Draft**, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/> Acesso em: 14 abr. 2020.

WENDLIN, Mike. Como o termo ‘fake news’ virou arma dos dois lados da batalha política mundial. **BBC News**, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-42779796>. Acesso em: 25 nov. 2020.

ANEXO

Anexo: Categorias Aplicadas às *Fake news* Checadas pela Agência LupaCategorias Aplicadas às *Fake news* Checadas pela Agência Lupa

AGO	CATEGORIA <i>FAKE NEWS</i> COMO PUBLICAÇÃO	INFORMAÇÃO DE CHECAGEM DA AGÊNCIA LUPA
EX-01-AGO-PUB-CEng	"Só passando para lembrar a vocês que o número de Jair Bolsonaro é 13" (Ex. 1 – Facebook).	"Ao contrário do que informa a imagem acima, o número de Jair Bolsonaro, candidato do PSL à Presidência da República, na urna eletrônica é 17 – não 13." (Agência Lupa).
EX-02-AGO-PUB-CFab	"Em defesa da família / Susane Von Richthofen / 45 666 / deputada federal" (Ex. 2 – Facebook).	"Todo o conteúdo é falso. Em primeiro lugar, de acordo com a imagem, o número de urna de Suzane seria 13666, mas candidatos ao cargo de deputado federal concorrem com números de quatro dígitos – não cinco. Em segundo lugar, a postagem original data de março de 2018, quando os números de urna ainda não tinham sido definidos nem distribuídos aos políticos em campanha. Em terceiro lugar, Suzane von Richthofen não é elegível. Ela foi condenada a 39 anos de prisão, com sentença transitada em julgado, pelo crime de homicídio. Atualmente, ela cumpre pena em regime semiaberto na penitenciária de Tremembé (SP). O artigo 15 da Constituição determina que cidadãos com condenações criminais transitadas em julgado têm seus direitos políticos suspensos enquanto durar a pena." (Agência Lupa).
EX-03-AGO-PUB-CEng	"Para ser candidato, o filho de Sérgio Cabral mudou o sobrenome. Agora é só MARCO ANTÔNIO, tirou o CABRAL do nome para não chamar atenção. Se você passar para 10 pessoas e essas para mais 10, em minutos vai se espalhar pelas redes sociais. Faça sua parte divulgue agora vai." (Ex. 3 – Alerta Copacabana – Facebook).	"Em nota, a assessoria do deputado negou que Marco Antônio mudará de sobrenome para concorrer a um novo mandato parlamentar nas eleições de 2018, e seu nome completo aparecerá nas urnas eletrônicas." (Agência Lupa).
EX-04-AGO-PUB-CEng	"Foto do julgamento do assalto ao Banco Banespa da Rua Iguatemi, em São Paulo, ocorrido no dia 06/Outubro/1968. A assaltante usava um revólver calibre 38 e junto com seus comparsas levaram 80 mil cruzeiros, que seria equivalente à R\$ 800.000. Alguém reconhece a assaltante?? / JORNALISTA DA GLOBO MIRIAN LEITÃO"	"A jornalista Miriam Leitão não participou de um assalto a agência do Banespa na capital paulista, em outubro de 1968. À época, ela tinha 15 anos de idade e morava em Caratinga, Minas Gerais, onde nasceu e cresceu. Miriam foi realmente presa quatro anos depois, no 38º Batalhão de Infantaria em Vila Velha, no Espírito Santo. Na época tinha 19 anos e morava em Vitória. Estava grávida de seu filho mais velho, Vladimir Netto, e ficou detida por três meses. Nesse período foi torturada, espancada e ameaçada de estupro. Em determinada ocasião, um homem identificado como Dr. Pablo colocou uma jibóia dentro da sala e a deixou nua, sozinha com o animal. Depois de ser solta, Miriam foi processada por participação na organização do PCdoB, à época um

		partido clandestino, por aliciamento de estudantes, panfletagem e pichações. Ela não foi acusada, em momento algum, de participar da luta armada ou de assalto a bancos. A jornalista foi inocentada.” (Agência Lupa).
EX-05-AGO-PUB-CEng	"BOLSONARO 2018 / VOTE 13"	“Ao contrário do que informa a imagem acima, o número de Jair Bolsonaro, candidato do PSL à Presidência da República, na urna eletrônica é 17 – não 13.” (Agência Lupa).
EX-06-AGO-PUB-CFAb	"'Em defesa da família' / Suzane Von Richthofen / 13666 / deputada federal" (Ex. 6 – Facebook).	“Todo o conteúdo é falso. Em primeiro lugar, de acordo com a imagem, o número de urna de Suzane seria 13666, mas candidatos ao cargo de deputado federal concorrem com números de quatro dígitos – não cinco. Em segundo lugar, a postagem original data de março de 2018, quando os números de urna ainda não tinham sido definidos nem distribuídos aos políticos em campanha. Em terceiro lugar, Suzane von Richthofen não é elegível. Ela foi condenada a 39 anos de prisão, com sentença transitada em julgado, pelo crime de homicídio. Atualmente, ela cumpre pena em regime semiaberto na penitenciária de Tremembé (SP). O artigo 15 da Constituição determina que cidadãos com condenações criminais transitadas em julgado têm seus direitos políticos suspensos enquanto durar a pena.” (Agência Lupa).
EX-07-AGO-PUB-CFAb	"bolsonaro acabou de dizer em uma entrevista, q nao precisa dos votos, das mulheres dos LGBTs e dos negros."	“Todo o conteúdo é falso. Em primeiro lugar, de acordo com a imagem, o número de urna de Suzane seria 13666, mas candidatos ao cargo de deputado federal concorrem com números de quatro dígitos – não cinco. Em segundo lugar, a postagem original data de março de 2018, quando os números de urna ainda não tinham sido definidos nem distribuídos aos políticos em campanha. Em terceiro lugar, Suzane von Richthofen não é elegível. Ela foi condenada a 39 anos de prisão, com sentença transitada em julgado, pelo crime de homicídio. Atualmente, ela cumpre pena em regime semiaberto na penitenciária de Tremembé (SP). O artigo 15 da Constituição determina que cidadãos com condenações criminais transitadas em julgado têm seus direitos políticos suspensos enquanto durar a pena.” (Agência Lupa).
EX-08-AGO-PUB-CFAb	"Bolsonaro mandou avisar que NÃO PRECISA DE VOTO de negros, homossexuais, mulheres, pobres e nordestinos."	“A imagem acima – analisada pela Lupa – foi publicada no dia 23 de agosto e traz a “informação” de que a entrevista do presidente teria acabado de acontecer. Naquele mesmo dia, Bolsonaro visitou as cidades paulistas de Araçatuba e Glicério (onde nasceu) e deu algumas declarações polêmicas – como a de que o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) deveria “ser rasgado e jogado na latrina”. Mas não há qualquer registro público de que ele tenha afirmado que dispensa votos de negros, mulheres e membros da comunidade LGBT. Cinco dias antes (18), Bolsonaro participou de uma cerimônia na Academia Militar das Agulhas Negras (Aman), no Rio de Janeiro, e, ao contrário do que sugere a imagem analisada, reclamou da situação. Disse que seus adversários políticos vem trabalhando

		para jogá-lo contra esses extratos da população. Textualmente afirmou: “Olha só, o pessoal tenta me jogar contra as mulheres, os negros, os gays”, registrou a Folha de S.Paulo. Em nenhum momento, portanto, disse que não precisava dos votos deles.” (Agência Lupa).
EX-09-AGO-PUB-CEng	"DEPUTADOS DO RIO DE JANEIRO APROVAM 'BOLSA PRESO' E VALE TRANSPORTE PARA PARENTE DE DETENTO NA CALADA NA NOITE / Os deputados da Assembleia Legislativa do Rio aprovaram em votação um projeto de lei que prevê o pagamento de vale-transporte e auxílio financeiro adicional para os parentes de presos nos deslocamentos para visitas às unidades prisionais do Estado. / elaborado pelo deputado e Presidente interino ALERJ André Ceciliano (PT-RJ), FOTO ABAIXO, o projeto foi aprovado em segunda votação na última quinta-feira (2) por 38 votos a 3 na Alerj (Assembleia Legislativa do Rio). / O valor dos benefícios podem chegar até R\$ 1.100 Reais por mês." (Ex. 9 – Jornal Zona de Conflito Mídia Independente – Facebook).	“Textos com essa informação circulam nas redes sociais há meses. Em nota, a Alerj informou que “é falsa a informação de que foi aprovada lei que concede “Bolsa Preso”. Ressalta que o projeto tramitou na Casa, mas que foi vetado.” (Agência Lupa).
EX-10-AGO-PUB-CFAB	“Isso (imagem acima) é a capa do kit gay” (Ex. 10 – Facebook e WhatsApp)	“Todo o material produzido em 2011 para tentar combater a homofobia em escolas – conteúdo que ficou popularmente conhecido como “kit gay” – pode ser visto aqui. A imagem acima não aparece em nenhum de seus onze componentes, como afirmam as postagens analisadas pela Lupa. Esse material foi elaborado por organizações do terceiro setor quando o hoje candidato à vice-presidente pelo PT, Fernando Haddad, comandava o Ministério da Educação, mas nunca chegou a ser aprovado ou distribuído em escolas. Em 2011, cinco ONGs prepararam o conteúdo como parte do programa federal Brasil Sem Homofobia, que também previa a formação de educadores capazes de tratar questões relacionadas a gênero e sexualidade no ambiente escolar. O kit consistia em um caderno direcionado aos gestores, seis boletins destinados aos estudantes, três peças audiovisuais e um cartaz. Quando já estava pronto para ser impresso – mas ainda antes de ser avaliado pelo Ministério da Educação -, parlamentares iniciaram uma campanha contra o projeto, e ele acabou sendo suspenso.” (Agência Lupa).
AGO	FAKE NEWS JORNAIS	INFORMAÇÃO DE CHECAGEM DA AGÊNCIA LUPA
EX-01-AGO-JOR-CFAB	“PABLO VITTAR AMEAÇA DEIXAR O BRASIL CASO BOLSONARO SEJA ELEITO EM 2018 / Apesar de faltar mais de um ano, a eleição presidencial de 2018 já está gerando grande repercussão. E um dos candidatos mais fortes para ganhar, é o deputado federal Jair Bolsonaro (PSC-RJ). O deputado tem muito apoio popular, apesar de	“Uma análise do perfil de Twitter @PabloVittar mostra que, entre os dias 18 e 20 de setembro de 2017, a conta fez um total de 32 postagens. Nenhuma delas cita o atual presidente. O tuíte checado data, supostamente, do dia 19 de setembro.” (Agência Lupa)

	<p>alguns grupos temerem sua candidatura. / O crescimento da popularidade de Jair Bolsonaro não agrada nenhum pouco o público LGBT, isso motivou o cantor de drag queen Pablio Vittar fazer uma forte declaração e polêmica em seu Twitter com o intuito de boicota a participação de Jair Bolsonaro nas eleições. / O cantor e compositor postou a seguinte mensagem: / ‘Se Bolsonaro ganhar em 2018, eu declaro toda a minha carreira encerrada no Brasil. Não tem como viver no mesmo país que esse homem!’ / A declaração teve muito impacto nas redes sociais e viralizou, qual sua opinião sobre essa polêmica? Compartilhe com seus amigos.” (Ex. 1 – Bahia 25 horas).</p>	
<p>EX-02-AGO-JOR-CFal</p>	<p>“PF conclui inquérito sobre Triplex de Guarujá, inocenta Lula e indícia dona do imóvel / Na operação, o Ministério Público Federal (MPF) investigou se proprietários dos apartamentos usaram nome de terceiros / A Polícia Federal indiciou sete pessoas na Operação Triplo X, um desdobramento Operação Lava Jato. Entre os acusados está a publicitária Nelci Warken, proprietária de um triplex no condomínio Solaris, no Guarujá (SP) – o edifício é o mesmo em que estaria o triplex ligado ao ex-presidente Lula, mas ficou comprovado que ele não tem nenhum vínculo nem propriedade. / 'Não obstante, restou demonstrado que a verdadeira proprietária do imóvel 163-B seria Nelci Warken, sócia da Paulista Plus Promoções LTDS', diz o texto. Ela vai responder pelos crimes de lavagem de dinheiro, fraude e falsidade ideológica. / Na operação, o Ministério Público Federal (MPF) investigou se proprietários dos apartamentos usaram nome de terceiros para ocultar patrimônio. / O imóvel de Nelci fica ao lado do triplex que, segundo as investigações, seria destinado ao ex-presidente Lula. No relatório, porém, o petista não aparece entre os indiciados — ele ainda é investigado pela Polícia Federal na 24ª fase (Operação Aletheia). / Do Wscom / Publicada em 18/08/18, às 20h56" (Ex. 2 – Fato a Fato).</p>	<p>“O título dos conteúdos analisados nesta checagem contradiz o que é informado no corpo do texto – cópia de notícia publicada no site da revista Exame. A reportagem original, com título diferente, fala da conclusão de relatório da Polícia Federal sobre o apartamento 163-B do Edifício Solaris, não do 164-A – atribuído ao ex-presidente. Esse relatório data de agosto de 2016 e diz respeito à Operação Triplo X, uma das fases da Operação Lava Jato. Nesse documento, que não serviu para inocentar o ex-presidente, como sugerem algumas das postagens, Lula é citado duas vezes.” (Agência Lupa)</p>
<p>EX-03-AGO-JOR-CFal</p>	<p>"Popularidade de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope / Pesquisa Ibope encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e divulgada nesta quinta-feira (16) mostra que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva chega ao fim do mandato com recorde de aprovação e popularidade de 87%. / A aprovação do governo federal, com 80%, também chega a patamares nunca antes registrados, segundo o Ibope. / Entre os dias 4 e 7 de dezembro, o Ibope ouviu 2.002 entrevistados em 140 municípios de todas as regiões do país. A pesquisa conta com margem de erro de 2 pontos percentuais para mais ou</p>	<p>“Os sites Portal Veja Agora e Alerta Rondônia copiaram uma reportagem antiga do portal G1 e publicaram como se fossem recentes. Em dezembro de 2010, pesquisa Ibope mostrou que Lula, então no fim de seu último mandato como presidente, tinha 87% de aprovação. No Nordeste, sua popularidade chegava a 95%.” (Agência Lupa).</p>

<p>para menos e tem grau de confiança de 95%. / A pesquisa encomendada pela CNI avalia trimestralmente a popularidade e o desempenho administrativo federal junto opinião pública. O estudo revela a imagem do governo, do presidente da República, e traz também a percepção da população sobre temas importantes como desemprego e medidas com impacto direto na economia. / Regiões / O Nordeste a região com melhor avaliação do governo federal: 86% dos nordestinos entrevistados disseram considerar o governo de Lula “bom ou ótimo”. Em seguida vêm as regiões norte e Centro-Oeste (81%), Sudeste (78%) e Sul (75%). / Já a avaliação pessoal de Lula no Nordeste de 95%, no Norte e Centro-Oeste (90%), Sudeste (85%) e Sul (80%). No último levantamento, registrado em outubro, a avaliação pessoal do presidente era de 92%, no Nordeste, 88% no Norte e Centro-Oeste, 81% no Sudeste, e 78% no Sul. / Confiança em Lula / A confiança no presidente Lula retorna ao patamar recorde de 81%, após ter recuado para 76% na pesquisa anterior. / O percentual dos entrevistados que disseram não confiar em Lula caiu de 19% para 14% no levantamento atual, atingindo o menor patamar em oito anos. / A pesquisa Ibope também mede a aprovação das políticas adotadas pelo governo em nove áreas. A atuação do governo na educação melhorou na opinião dos entrevistados, subindo de 50% para 57% dos entrevistados. A desaprovação caiu de 45% para 38%. / Nas questões relacionadas ao meio ambiente, 60% disseram aprovar as políticas do governo, contra 30% que desaprovaram. No levantamento passado, a aprovação era de 49% contra 41% de reprovação. / As ações do governo para combater a fome e a pobreza no país tiveram a aprovação de 71% dos entrevistados, contra 24% que desaprovaram. No levantamento passado, a aprovação era de 66% contra 29% de reprovação. / A atuação no combate ao desemprego melhorou na opinião dos entrevistados, subindo de 64% para 66% dos entrevistados. A desaprovação caiu de 30% para 28%. / As recentes ações policiais de combate ao tráfico no Rio de Janeiro, segundo o gerente executivo de Pesquisa da CNI, Renato da Fonseca, contribuíram para que, pela primeira vez em oito anos de governo, a segurança pública tivesse avaliação positiva: 49% de aprovação contra 46% de reprovação. No último levantamento, as ações de segurança eram reprovadas por 53% contra 40% de aprovação. / O combate inflação, segundo a pesquisa, teve a aprovação de 56% contra 33% de desaprovação. Já foram como o</p>	
---	--

	<p>governo define a taxa de juros foi aprovada por 46% contra 43%. / Na rea da sade, os entrevistados demonstraram a maior insatisfaiçãocom o governo. 54% reprovaram as aes governamentais na rea e 42% aprovaram. A poltica de impostos do Planalto tambm foi mal avaliada: 51% de reprovaçãocomo 39% de aprovaçãocomo. / Levantamento anterior/ A ltima ediçãodo levantamento, divulgada em 1 de outubro, 77% dos entrevistados consideravam o governo “timo” ou “bom”, contra 4% de “ruim” ou “pssimo”. A aprovaçãopessoal do presidente Luiz Incio Lula da Silva era de 85%, recorde na sequncia histrica do levantamento. / Governo Dilma / A expectativa com o governo da presidente eleita Dilma Rousseff, que comea a partir do dia 1 de janeiro de 2011, elevada. Para 62% dos entrevistados, a petista ir fazer um governo “timo ou bom”. / Comparativamente ao governo do presidente Lula, 18% acreditam que a gestãodilma ser melhor, 58% que ser igual e 14% acham que ser pior. / Siçãoprioridades apontadas pelos entrevistados para a prxima administrãoaes que privilegiem as reas da sade, educaçãosegurana, combate fome e pobreza, combate drogas, geraçãode empregos e combate corrupçãocomo. / Assuntos mais lembrados / Entre os assuntos publicados pela imprensa que foram mais lembrados pelos entrevistados, a açãodas Foras Armadas e a açãopolicial nas comunidades do Rio de Janeiro foi citada por 32% dos entrevistados. A composiçãodo governo da presidente Dilma Rousseff foi mencionada por 11% e as falhas e erros do Ministrio da Educaçãona aplicaçãodo Exame Nacional do Ensino Mdio foram lembradas por 10%. / A discussãodo salrio mnimo foi citada por 3% e o escndalo envolvendo a ex-ministra da Casa Civil Erenice Guerra, por 2%. O mesmo percentual foi obtido por assuntos como “obras do PAC”, 'censo do IBGE' e 'viagens do presidente Lula.'" (Ex. 3 – Alerta Rondônia).</p>	
<p>EX-04-AGO-JOR-CImp</p>	<p>“ Piauiense é a primeira negra diplomata no Itamaraty / Luana Alessandra Roeder foi abandonada ao nascer na Maternidade Dona Evangelina Rosa / Luana Alessandra Roeder, 28 anos, foi abandonada ao nascer na Maternidade Dona Evangelina Rosa, em Teresina, e posteriormente foi levada para o Orfanato João Maria de Deus. / Ainda bebê, a agrônoma alemã Reinhild Roeder adotou Luana e a criou entre a praia de Barra Grande, litoral do Piauí, e em Brasília, onde Luana mora atualmente. / Logo no início da adoção, Reinhild notou que a garotinha era dotada de</p>	<p>“Segundo levantamento realizado pela Fundação Alexandre de Gusmão, entidade pública vinculada ao Ministério das Relações Exteriores, “sabe-se que a primeira diplomata negra (do Brasil) foi Mônica de Menezes Campos, que ingressou no IRBr (Instituto Rio Branco) em 1979”. Ao se casar, Mônica de Menezes Campos passou a se chamar Mônica de Veyrac e que morreu em 1985, quando tinha apenas 27 anos.” (Agência Lupa).</p>

	<p>uma inteligência excepcional. Ainda no ensino médio, Luana decidiu que queria seguir a carreira diplomática e cursou Relações Exteriores na Universidade de Brasília - UnB. / No dia 15 de janeiro, Luana tomou posse no Itamaraty, após aprovação no concurso público do Instituto Rio Branco. Luana é a primeira mulher piauiense - e negra - a conquistar tal façanha. / Fonte: Durvalino Couto.” (Ex. 4 – Piauí Hoje).</p>	
<p>EX-05-AGO-JOR-CEng</p>	<p>"França aprova pedofilia e argumenta que crianças podem consentir sexo com adultos / O Governo Francês votou contra a idade de consentimento na França, tornando-se a mais recente nação a ceder à pressão de uma rede internacional de ativistas determinados a normalizar a pedofilia e a descriminalizar o sexo com crianças em todo o mundo. / A lei federal na França agora não tem idade legal de consentimento, ou seja, adultos que fazem sexo com crianças de qualquer idade não serão processados por estupro se a criança vítima for incapaz de provar "violência, ameaça, coação ou surpresa". / O projeto de lei contra a violência sexual e baseada no gênero, conhecida como lei Schiappa, foi sancionada pelo parlamento francês em 3 de agosto, provocando indignação na França quando pais e grupos de direitos das crianças acusam o governo de Emmanuel Macron de trair as crianças e favorecer ainda mais a amoralidade no país. / A falta de uma idade de consentimento coloca milhões de crianças em sério risco de abuso sexual na França, de acordo com funcionários dos serviços de proteção à criança. / Grupos de defesa dos direitos das crianças criticaram o governo de Emmanuel Macron por não fornecer uma idade legal de consentimento para proteger crianças, apontando para a recente decisão dos tribunais franceses de se recusar a processar dois pedófilos por estupro de garotas de apenas 11 anos porque as autoridades não puderam provar que as crianças não consentiram. / Na quinta-feira, vários grupos, incluindo o Conselho Francês de Associações pelos Direitos da Criança, emitiram uma declaração conjunta para expressar sua indignação pelo abandono de uma era de consentimento sob a lei francesa. / Em uma declaração conjunta, as associações condenaram a nova lei nos termos mais fortes possíveis: "Esta deve ser a medida principal do projeto de lei: a introdução de uma idade abaixo da qual as crianças seriam automaticamente consideradas incapazes de consentir em sexo com adultos". / As associações francesas de proteção à criança estão exigindo que o governo de Macron revogue a lei de Schiappa e estabeleça uma</p>	<p>“A notícia de que a França teria legalizado a pedofilia ao promulgar, em 3 de agosto deste ano, a lei 2018-703 é falsa. A chamada Lei Schiappa – por conta de Marlène Schiappa, secretária de Estado encarregada de buscar a igualdade entre mulheres e homens, “não legaliza a pedofilia” nem abranda as regras de consentimento para sexo com menores, como afirmam sites e postagens de caráter conservador. Checagens sobre esse assunto já foram feitas pelo Le Monde e pelo americano Snopes, entre outras plataformas de fact-checking do mundo. A lei 2018-703 é, na verdade, contra violências sexuais em geral. O artigo dois, do segundo capítulo é o que trata especificamente da violência contra menores de idade. Foi ele que causou polêmica, ao não incluir a expressão “não-consentimento” em seu texto. Mas, em nenhum momento, libera a pedofilia.” (Agência Lupa)</p>

	<p>idade legal de consentimento sob a qual qualquer ato sexual envolvendo um adulto e uma criança constituirá estupro./ O abandono de uma idade legal de consentimento chocou a sociedade francesa. O controverso projeto de lei se concentrou em um limite apropriado para uma idade de consentimento – 13 ou 15 anos. No entanto, a escolha foi feita para abandonar o princípio de uma idade mínima. / A nova lei provocou protestos na França, enquanto os cidadãos exigem que o governo mude a lei que protege os pedófilos de acusações de estupro. / Em sua versão final, a lei de Schiappa prevê que, para crianças menores de 15 anos, “ a restrição moral ou surpresa é caracterizada pelo abuso da vulnerabilidade da vítima que não tem o discernimento necessário para esses atos ”. No entanto, o ex-ministro dos direitos da mulher, Laurence Rossignol, diz que essas noções de “vulnerabilidade” e “discernimento” deixam muito espaço para os pedófilos escaparem da punição sob a lei. / “Leis desatualizadas” / A França não é a única nação européia que caminha para a descriminalização do sexo com crianças. De acordo com o advogado de imigração alemão Hans Goldsberg, as leis sobre pedofilia estão desatualizadas e precisam ser abolidas. / Haverá a necessidade de uma consolidação das leis nacionais sob o atual sistema europeu sobre os aspectos legais do sexo. A maioria dessas decisões nacionais não representa as complexidades sociais modernas de nossos tempos e são legalmente infundadas. Alguns até argumentam que uma lei sobre a idade do consentimento tornou-se supérflua e não deveria mais existir ”, afirma o advogado que trabalhou por mais de 35 anos em seu campo. / O apoio à moção européia também existe nos Estados Unidos. / “Pense em como há 2.000 anos os gregos eram uma sociedade muito mais aberta. Devemos lembrar que o amor entre um homem e um menino não era tão tabu quanto hoje”, explica o antropólogo cultural Thomas Black, da Universidade de Michigan. / Atualmente, a idade de consentimento varia por estado nos EUA e atualmente é definida entre 16 e 18 anos de idade. / (Católica Conect)" (Ex. 5 – Expresso Ceara).</p>	
<p>SET</p>	<p>CATEGORIA <i>FAKE NEWS</i> COMO PUBLICAÇÃO</p>	<p>INFORMAÇÃO DE CHECAGEM DA AGÊNCIA LUPA</p>
<p>EX-01-SET-PUB-CFal</p>	<p>"Leia com atenção / 'Quem quer dar aula faz por gosto, e não pelo salário. Se quer ganhar melhor, pede demissão e vai para o ensino privado ' / Geraldo alckmin / Quem é a favor dos políticos governarem por gosto e não por dinheiro compartilha" (Ex. 1 – Facebook).</p>	<p>"Esta frase, na verdade, foi dita em agosto de 2011 pelo então governador do Ceará, Cid Gomes. Segundo registros do Último Segundo, a crítica do político foi uma reação a 24 dias de greve dos professores da rede estadual de ensino. Numa reunião com lideranças do movimento, Cid teria afirmado o seguinte: “Quem quer dar aula faz isso por gosto, e não pelo salário. Se quer ganhar</p>

		melhor, pede demissão e vai para o ensino privado”.” (Agência Lupa).
EX-02-SET-PUB-CFAB	<p>"PARANÁ: PESQUISAS REGISTRADO NO TSE: O BOLSONARO VENCE EM TODOS ESTADOS, ISTO SIGNIFICA QUE: O POVO AGORA QUER UMA RENOVAÇÃO TOTAL NO BRASIL... / ACRE..... BOLSONARO 64,18% TOCANTINS :BOLSONARO 51,23% / AMAPÁ..... BOLSONARO 72,29% MARANHÃO :BOLSONARO 68,90% / ALAGOAS..... BOLSONARO 48,36% AMAZONAS : BOLSONARO 56,18% / BAHIA.... BOLSONARO 69,62% MINAS..... BOLSONARO 62,81% / CEARÁ..... . BOLSONARO 57,46% PARANÁ.....BOLSONARO 47,88% / PARÁ BOLSONARO 49,67% PIAUÍ.....BOLSONARO 65,71% / GOIÁS..... BOLSONARO 77,25% RORAIMA....BOLSONARO 50,43% / PARAÍBA BOLSONARO 60,91% PERNAMBCO..BOLSONARO 68,09% / ESP.SANTO.. BOLSONARO 80,70% RONDÔNIA....BOLSONARO 69,85% / MATO GRO...BOLSONARO 60,36% MATO GRO DO SUL BOLSO. 54,55% / DIS.FEDERAL.BOLSONARO 71,25% / RO DE JANEIRO :BOLSONARO 69,72% / RIO GRANDE DO SUL :BOLSONARO 69,39 / SÃO PAULO :BOLSONARO 71,47% / SANTA CATARINA :BOLSONARO 82,41% / RIO GRANDE DO NORTE :BOLSONARO 76,51% / COMPARTILHEM E MOSTREM QUE O POVO CANSOU DE SER USADO, AGORA QUEREMOS UMA RENOVAÇÃO TOTAL ... COM CERTEZA VAI SER DE PRIMEIRO TURNO... FFAA FISCALIZE AS URNAS.. NÃO EXISTE A MENOR POSSIBILIDADE DE UM SEGUNDO TURNO". (Ex. 2 – Facebook).</p>	<p>“A pesquisa citada na imagem não existe. O levantamento mais recente divulgado pelo Paraná Pesquisas foi divulgado no último dia 12 de setembro, tendo sido registrado no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) seis dias antes. Ele mostra o candidato Jair Bolsonaro (PSL) com 26,6% das intenções de voto. Não há qualquer discriminação de percentuais por estado nesse estudo. Até o dia 17 de setembro, não havia registros de novas pesquisas feitas pelo instituto em questão.” (Agência Lupa).</p>
EX-03-SET-PUB-CMan	<p>"Vai ter bolsa rola para os petistas de Haddad ganhar — sentindo-se sarcástico. / Mais um bandido do PT com seus projetos Diabólicos / Pai do kit Gay..." (Ex. 3 – Facebook).</p>	<p>“A imagem acima é uma montagem. Na foto original, Fernando Haddad segura uma garrafa da bebida alcoólica Catuaba Selvagem. A versão mais antiga localizada pela Lupa na internet data de 9 de outubro de 2016 e foi publicada por um perfil de apoio a Haddad, que havia acabado de perder a reeleição para a prefeitura de São Paulo.” (Agência Lupa)</p>
EX-04-SET-PUB-CFAB	<p>"Gente, eu nunca fui casada com o Bolsonaro. Quem me batia era o 'Ciro Gomes' / Patrícia Pillar". (Ex. 4 – Facebook).</p>	<p>“Na noite da quarta-feira (19), a atriz, diretora e produtora postou um vídeo em seu perfil de Twitter classificando a informação de que já foi agredida por 'Ciro Gomes' como “totalmente falsa”. Sem citar o nome dos dois presidentes nomeados na imagem acima – 'Ciro' e 'Jair Bolsonaro' (PSL), Patrícia Pillar fez o seguinte alerta:</p>

		<p>“Estão usando minha imagem para divulgar notícias falsas, favorecendo um candidato que jamais seria o meu. Eu nunca sofri nenhum tipo de violência da parte de ninguém. Isso é totalmente falso”. (Agência Lupa).</p>
EX-05-SET-PUB-CFAB	<p>"MENINO NÃO NASCE MENINO. E MENINA NÃO NASCE MENINA! É A CRIAÇÃO QUE DEFINE O GÊNERO / Jean Wyllys confirma convite de Haddad para ser Ministro da Educação em eventual governo do petista"(Ex. 5 – Facebook).</p>	<p>“Em nota (aqui, aqui e aqui também), a assessoria de Jean Wyllys negou que tenha havido qualquer convite ou sondagem desta natureza até a tarde da segunda-feira (24/9). A assessoria ressaltou ainda que a “notícia” analisada pela Lupa tem aparecido de forma recorrente na internet desde as eleições de 2014.</p> <p>Naquele ano, foi dito que Jean Wyllys seria “ministro da Juventude” da também petista Dilma Rousseff. Em 2016, o deputado foi falsamente nomeado secretário de educação de Haddad, na Prefeitura de São Paulo. “É a mesma mentira em cada eleição”, reforça a nota.</p> <p>A assessoria de Fernando Haddad foi procurada pela reportagem e afirmou que a “última preocupação” do candidato agora é a formação de ministérios. “Estamos preocupados em ganhar eleição e, para isso, temos que ampliar nosso espectro político, mas sem qualquer vínculo de negociação de cargos futuros”.</p> <p>O jornal Folha de São Paulo também fez verificação semelhante e ressaltou que o repórter, Bernardo Caram, que aparece como autor do falso texto do G1 trabalha para Folha desde março, quando deixou o portal da Globo. Não poderia, portanto, ser autor de notícia recente para essa empresa.” (Agência Lupa).</p>
EX-06-SET-PUB-CFAB	<p>"CONFIRMADO ! / FUI CONVIDADO PARA MINISTRO DA EDUCAÇÃO PARA O GOVERNO HADDAD / HADDAD MANU / 13 / SOMOS LULA / JEAN WILLYS" (Ex. 6 – Facebook).</p>	
EX-07-SET-PUB-CFAB	<p>"Olha quem quer ser ministro da educação, Deus proteja nossas crianças! / JEAN WYLLYS / é um de nós. / Ministério da Educação / BRASIL / UM PAÍS DE TODOS" (Ex. 7 – Facebook).</p>	
EX-08-SET-PUB-CFAB	<p>"Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! / Sabemos o que é melhor para as crianças! / Fernando Haddad" (Ex. 8 – Facebook).</p>	<p>“Após uma busca minuciosa, a Lupa não encontrou essa fala – nem qualquer outra de natureza semelhante – proferida por Haddad. Antes mesmo da decisão do TSE, a assessoria do candidato já havia se pronunciado sobre o boato, classificando como “<i>fake news</i>”. Publicação no site da coligação Brasil Feliz de Novo, que apoia Haddad, dizia também que o candidato defende “o Estado apoiando as crianças para que cresçam felizes ao lado de suas famílias”. (Agência Lupa).</p>
EX-09-SET-PUB-CMan	<p>"Fernando Haddad diz ter sido enganado e convoca reunião urgente com líderes do partido. / Veja / BOMBA! / Geraldo de Icaza, diretor da OEA, admitiu negociação para fraudar urna eletrônica e colaborar com o PT." (Ex. 9 – Facebook).</p>	
EX-10-SET-PUB-CMan	<p>"ÉPOCA / E AGORA, PT? / GERARDO DE ICAZA/ ABRE A BOCA E ASSUME FRAUDE NAS URNAS EM FAVOR DO PT." (Ex. 10 – Facebook).</p>	
EX-11-SET-PUB-CMan	<p>"Gleisi Hoffmann não consegue se defender de acusação. Será esse o fim do partido? / EXAME / 'O PT É CAPAZ DE TUDO.' / Gerardo de Icaza causa polêmica após assumir fraude em urnas nas Eleições 2018. PT se desespera." (Ex. 11 – Facebook).</p>	<p>“As imagens analisadas pela Lupa jamais foram utilizadas em capas das revistas Veja, Exame e Época. Consistem em montagens que se utilizam do design gráfico e da linguagem visual dessas três publicações.</p> <p>Em sua conta no Twitter, a Organização dos Estados Americanos chegou inclusive a publicar o desmentido sobre essas imagens. No tuíte, a entidade informa que Gerardo de Icaza, diretor da OEA, concedeu apenas duas entrevistas no Brasil: uma foi publicada pelo jornal Folha de S.Paulo e outra pelo Estado de São Paulo. Em nenhuma delas ele declarou haver a possibilidade de fraude nas urnas. Pelo contrário, Icaza afirmou que não há motivo para desconfiar da urnas e que não se preocupa com questões de segurança nesse momento.” (Agência Lupa).</p>

SET	CATEGORIA <i>FAKE NEWS</i> JORNAIS	INFORMAÇÃO DE CHECAGEM DA AGÊNCIA LUPA
EX-01-SET-JOR-CEng	"Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal FOLHAMAX / VIOLÊNCIA / Agressor de Bolsonaro é detido pela Polícia Federal / METROPOLES / Um homem foi detido em Juiz de Fora (MG), suspeito de ter esfaqueado o candidato à Presidência da República do PSL, Jair Bolsonaro. Agentes da Polícia Federal, responsável pela segurança do presidente durante a campanha eleitoral, teriam impedido o suspeito de fugir e o prendido. / magens do momento do ataque mostram o homem tentando fugir e sendo contido por apoiadores do candidato, que o agrediram com socos. O suspeito seria José Adélio Bispo de Oliveira, filiado ao PDT mineiro. Mas a Polícia Federal não divulgou oficialmente o nome do responsável pelo ataque. / A corporação abriu inquérito para investigar o caso. / Aguarde mais informações"	"De acordo com informações oficiais, o nome do homem que foi preso em flagrante por esfaquear Jair Bolsonaro é Adélio Bispo de Oliveira – não José Adélio. José Adélio Bispo de Oliveira, que aparece nas notícias analisadas, é de fato filiado ao PDT de Minas Gerais, mas não é o homem preso pela agressão a Bolsonaro. Trata-se apenas de um homem com nome muito parecido. Uma consulta ao site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) revela que Adélio foi filiado ao PSOL do município de Uberaba, em Minas Gerais, de 2007 a 2014, ano em que pediu a desfiliação da legenda. A Lupa conferiu o título de eleitor informado na relação do PSOL, e ele confere com os documentos divulgados pela Polícia Militar de Minas Gerais. Em nota, o presidente do PSOL, Juliano Medeiros, afirmou que o partido não deve responder pelo ex-filiado que atacou Bolsonaro. "Queremos que ele seja julgado no rigor da lei. Parece que é uma pessoa bem confusa. Se fosse ligado ao PSOL, seria minha responsabilidade. Como não é filiado, não acho que seja da nossa alçada", disse. Anteriormente, o partido havia repudiado a agressão ao candidato e afirmado que se tratava de um grave atentado à normalidade democrática." (Agência Lupa).
EX-02-SET-JOR-CFal	"Jovem Se Esfaqueia Para Provar Que Facada de Bolsonaro Foi Falsa e Acaba Morrendo / 10 de set de 2018 / Um homem inconformado por a facada de Bolsonaro não ter saído sangue resolve se esfaquear e provar para amigos que a facada foi falsa, após de alto deferir a facada, Denilson Lopes não resistiu ao ferimento e acabou vindo a óbito / Foi durante uma discussão entre amigos na rua, em frente a residência onde Denilson mora, em Bom Lugar-MA que o jovem revoltado resolveu se esfaquear para provar que uma facada de verdade sai sangue, o jovem acabou tendo razão pois a sua facada teve bastante sangramento mas lastimavelmente Denilson não resistiu e acabou morrendo. / Nas Redes Sociais o jovem vinha acompanhando o acontecimento e sempre criticando e suspeitando do fato da facada do candidato Bolsonaro não ter saído sangue, eles compartilhou diversas notícias afirmando que a facada foi FAKE. / Denilson era pedreiro, solteiro e não tinha filhos, a família do jovem está bastante abalada e não quis falar com a imprensa. / Fonte: Mídiaimparcial" (Ex. 2 – A Pérola do Mamore).	"A imagem analisada pela Lupa e publicada pelos sites e páginas listados acima como sendo a de um rapaz que "se esfaqueou e acabou morrendo" em decorrência do ataque cometido contra Bolsonaro já circula na internet desde março de 2016. A fotografia não tem sinais de adulteração, mas está sendo usada fora de contexto. Originalmente, a imagem foi publicada pelo site Rondônia Ao Vivo, atrelada à informação de que um homem de 28 anos havia sido esfaqueado em uma discussão de bar ocorrida na cidade de Porto Velho. A nota conta que o homem foi socorrido, sem especificar se ele sobreviveu ou não ao ferimento. Não há, portanto, qualquer relação da imagem ou do indivíduo que nela aparece com o atentado cometido contra Bolsonaro na tarde do dia 6 de setembro. Assim como não há provas de que o homem veio a falecer." (Agência Lupa)
EX-03-SET-	"Fátima Bernardes faz surpresa e reforma casa da família de esfaqueador de Bolsonaro / Fátima Bernardes é, sem dúvida alguma, uma	"Ao contrário do "informado" no texto analisado pela Lupa, no último dia 12 (quarta-feira), o programa Encontro com Fátima Bernardes não

JOR- CFAb	<p>das maiores jornalistas e apresentadoras da Televisão brasileira, mas seu programa matinal exibido pela Globo na última quarta-feira causou muita polêmica nas redes sociais. / O programa 'Encontro com Fátima Bernardes' de quarta-feira fez com que o apresentadora fosse líder de audiência, mas também lhe rendeu críticas e até mesmo uma “polêmica” nas redes sociais. Tudo isso porque a apresentadora solidarizou-se, e resolveu ajudar a família de Adelio Bispo de Oliveira, o homem que esfaqueou Jair Bolsonaro durante ato de campanha. / De acordo com o programa Encontro com Fátima Bernardes, a homenagem foi feita para demonstrar que o homem é apenas uma vítima do sistema, da sociedade, capitalista, preconceituosa, odiosa e sem amor e porque era intimidado com os discursos de ódio de Bolsonaro. / Logo a apresentadora conseguiu uma reforma para a casa da família do esfaqueador avaliada em 200,00 mil reais, além de todos os móveis e mobília da casa da família também foram trocada por novos, e ainda 2 anos de cesta básicas no valor de 1,200 reais mês.. / "Vocês não precisa chorar, nem pedir desculpas, nem estar arrependido, pois eu entendo o que vocês estão passando, eu também sou mulher e sou mãe, e sei muito bem tudo o que vocês estão passando. recebam nossas homenagens." disse a apresentadora emocionada a mãe do esfaqueador. / Muitos condenaram a ideia pregada pelo programa, e o fato de estranhos palpitarem a decisão em ajudar a família do homem que tentou matar um candidato a presidência da república. Os comentários foram os mais diversos." (Ex. 3 - Mídia Imparcial).</p>	<p>mostrou, em momento algum, reforma na casa da família do homem que esfaqueou Bolsonaro. Nessa edição, o principal tema em discussão foi “O que podemos aprender com derrotas?” e contou com a participação do escritor e consultor financeiro Gustavo Cerbasi.” (Agência Lupa).</p>
EX-04- SET- JOR- CEng	<p>"TSE entregou códigos de segurança das urnas eletrônicas para a Venezuela e negou acesso para auditores brasileiros (veja o vídeo) / Os fatos são que, através do edital de licitação 106/2017, o TSE entregou os códigos das urnas eletrônicas - inclusive os criptográficos (responsáveis por garantir a identidade e a segurança do processo) -, para uma empresa estrangeira tutelada por três venezuelanos e um português sem qualquer obrigação de cumprir os termos de sigilo, por não estarem submissos à legislação brasileira. / Mas isso nem é o pior de tudo: acontece que com esses código em mãos - mais especificamente os códigos criptográficos -, é possível gerar votos falsos capazes de passarem como verdadeiros durante uma auditoria do sistema, como explica o professor de Ciência da Computação da UNB, Pedro Dourado de Rezende. / Segundo Rezende, o fato constitui uma traição à soberania</p>	<p>“As informações analisadas pela Lupa omitem que o edital mencionado foi cancelado pelo TSE, e que, antes disso, a empresa tinha sido desclassificada do certame. Os textos também distorcem e tiram de contextos fatos que realmente aconteceram, além de não informar que a obrigatoriedade do voto impresso foi considerada inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal em junho deste ano.O texto publicado se baseia em um depoimento dado em março por Pedro Antônio Dourado de Rezende, professor de Ciência da Computação da Universidade de Brasília (UnB), durante reunião extraordinária da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ). Na ocasião, o professor fez críticas ao edital aberto pelo órgão para contratação de impressoras para as urnas eletrônicas. A impressão dos votos foi aprovada pelo Congresso Nacional e sancionada pela então presidente Dilma Rousseff (PT) em novembro de 2015, mas foi considerada inconstitucional pelo STF há alguns meses.</p>

<p>nacional. Não bastasse os códigos serem entregues a uma empresa estrangeira ligada à ditadura bolivariana, o TSE NEGOU ACESSO aos mesmos códigos para que fossem auditados por professores brasileiros. Mas não para por aí. O professor afirma ainda que o edital que custou R\$ 7 milhões aos cofres públicos era absolutamente desnecessário, já que o argumento usado pelo TSE era de que seria necessário o desenvolvimento de um software completamente novo para que a lei do voto impresso, de autoria do deputado Jair Bolsonaro, atual candidato à presidência, pudesse ser aplicada. / Como explica, os softwares JÁ ERAM PREPARADOS para serem conectados à impressoras e o único custo adicional seria a aquisição das impressoras. O TSE argumentou que isso teria um custo de R\$ 2 bilhões e acabou recebendo um aporte emergencial de R\$ 250 milhões, sendo que os especialistas garantiram que valor era irreal e muito menos seria suficiente para viabilizar a impressão dos votos. Rezende caracterizou a atitude do TSE como “uma posição de má vontade que encontrou uma fome de inviabilizar o cumprimento da lei” e “um ato de traição à soberania nacional”. / O CMIND (Comitê Multidisciplinar Independente) contestou o edital em sete petições afirmando que / “Certo é, e consta de forma expressa no edital, que haverá compartilhamento de informações confidenciais, sensíveis do processo de votação entre empresa estrangeira e o TSE para fins de desenvolvimento desnecessariamente terceirizado da interface entre os equipamentos de votação e os da impressão de votos. A segurança do processo de votação em face de tal aberração contratual, na visão inexplicavelmente ingênua do TSE estaria garantida pelo mero e simples compromisso dos responsáveis envolvidos, firmado através de um termo de sigilo. Esse termo de sigilo teria o efeito de vincular às leis brasileiras os seus signatários, mas, neste caso, quem vai administrar o consórcio das empresas vencedoras da licitação são três cidadãos venezuelanos e um português, que não estão submetido in totum à legislação nacional. Têm, cada qual, seu território de domicílio e nacionalidade distintos do nosso, o que, em sendo a intenção, os garante por princípios jurisdicionais, imunidade em face a tal compromisso, a despeito de qualquer legislação que lhes seja extraterritorial. Assim, agindo na ilegalidade, o TSE coloca em risco a soberania nacional, ao compartilhar com tais entes estrangeiros informações confidenciais do sistema de votação usado em</p>	<p>Na reunião da CCJ, Rezende disse que o edital era “uma afronta à soberania nacional” e afirmou que a vencedora da licitação era uma empresa comandada por “três venezuelanos e um português”. O edital de fato foi aberto, em janeiro deste ano, e previa a compra de 30 mil módulos de impressão de voto, 66 mil bobinas de papel e 25,3 mil cabinas de votação. Não há nele qualquer menção a “códigos de segurança”. A vencedora foi a empresa Smartmatic. Mas, no mês seguinte, a empresa foi reprovada no teste de impressão do voto, realizado pelo TSE. A outra empresa licitante também foi desclassificada, fazendo com que a licitação fosse definitivamente cancelada em maio. Em nota, o TSE informou que “nunca entregou códigos-fonte da urna eletrônica para qualquer empresa privada, seja estrangeira ou nacional”. “Esse dado pode ser comprovado no Edital nº 106/2017, cujo objeto é a contratação de módulos impressores para a urna eletrônica. Em momento algum do documento, está prevista a entrega dos códigos das urnas, especialmente os módulos criptográficos, que são os responsáveis por garantir a identidade e a segurança do processo eleitoral” (Agência Lupa).</p>
--	--

	<p>eleições oficiais no Brasil - inclusive de material criptográfico -, que pode ser utilizado para simular origem autêntica de programas que compõem tal sistema. Com esse material criptográfico, programas stealth, camuflados, capazes de - nas 95% das sessões para as quais não está prevista a impressão do voto -, fraudar percentualmente as votações de forma indetectável sob as regras atuais para a fiscalização externa, os quais poderiam ser antecipadamente confeccionados e plantados à sorrelfa para inserção por terceiros - inclusive desavisados do risco -, como se fossem programas legítimos, pois passarão como tal perante os dispositivos internos de autenticação ao longo de qualquer dos pontos intermediários da cadeia de custódia dos componentes do referido sistema, com efeito nefasto de contaminá-lo para fins inconfessáveis. Com agravante do fato de os entes contratados para custodiar esse material criptográfico não terem vínculo ou obrigação com o Estado de Direito Nacional, o que compromete o cerne da nossa atual democracia". / Em entrevista para o programa The Noite, o professor e pesquisador da UNICAMP, Diego Aranha, especialista em criptografia e segurança computacional, detalhou os problemas e falou sobre a curta janela de tempo de acesso aos códigos concedida aos auditores brasileiros e a inexplicável recusa do TSE em permitir uma auditoria mais detalhada. / Com o objetivo de reduzir as chances de fraude, o CMIND desenvolveu um aplicativo para que os próprios eleitores fiscalizem a eleição a partir de fotografias dos boletins de urna (BU) de cada seção, que são publicados às 17:00 no dia da eleição. Os resultados obtidos através das fotografias enviadas pelos eleitores serão então comparados com os resultados do TSE. O aplicativo pode ser baixado aqui. / Assista também a este ótimo vídeo promovido pela Spotniks, sobre a confiabilidade das urnas eletrônicas. / ATUALIZAÇÃO: / A licitação 106/2017, de que trata este artigo, acabou sendo revogada em maio de 2018, como consta no Diário Oficial da União. O conteúdo da revogação pode ser conferido aqui. / da Redação." (Ex. 4 – Jornal da Cidade).</p>	
<p>OUT</p>	<p>CATEGORIA FAKE NEWS COMO PUBLICAÇÃO</p>	<p>INFORMAÇÃO DE CHECAGEM DA AGÊNCIA LUPA</p>
<p>EX-01-OUT-PUB-CxFal</p>	<p>"as manifestações do grupo LGBT 'EleNão' foi tão intensa, que reergueu um prédio que desabou em 25 de janeiro de 2012, na rua 13 de Maio" (Ex. 1 – Facebook).</p>	<p>"O prédio que aparece na foto aérea do jornal O Globo não é o mesmo que desabou em 25 de janeiro de 2012. É um edifício que existe hoje em dia e fica ao lado do que ruuiu à época. Utilizando a ferramenta Google Street View, é possível verificar que o prédio mostrado na capa do jornal carioca continua de pé. Há capturas de imagens feitas de diversos ângulos pelo sistema. Veja uma de</p>

		maio de 2016, quatro anos depois do desabamento do Edifício Liberdade” (Agência Lupa).
EX-02-OUT-PUB-CFAB	"Em virtude dos protestos e manifestações que poderão ocorrer n dia 07 de Outubro contra o nosso Partido (PT), nossos eleitores estão sendo convocados a irem votar no dia 08 de Outubro. Prezamos pela segurança de todos, com isso os mesmos serão contemplados com: Café ou suco, pão com mortadela e frutas vermelhas em sus Zonas Eleitorais, para os que trabalham, esses receberão no término da votação o atestado que dará o direito de folgar durante a semana inteira do dia 08 ao dia 11 de Outubro, emendando com o feriadão e retornando as atividades (seja ela qual for) apenas no dia 15. Que beleza, não? Não esqueçam: / ELEITORES E COMPANHEIROS NOSSO DIA DE VOTAR SERÁ / 08 DE OUTUBRO Segunda-feira / COMPRTILHEM e ajude a democracia vencer em nosso País." (Ex. 2 – Facebook).	“Procurada, a assessoria de imprensa do Tribunal Superior Eleitoral afirmou que “o primeiro turno das eleições acontece apenas no dia 7 de outubro em todo o Brasil. Além disso, informou que quem vota não tem direito a folga” A informação consta no primeiro artigo da resolução nº 23.554, que dispõe sobre as Eleições 2018: “Serão realizadas eleições simultaneamente em todo o País em 7 de outubro de 2018, primeiro turno, e em 28 de outubro de 2018, segundo turno, onde houver, por sufrágio universal e voto direto e secreto” Vale ressaltar que um dos posts foi feito por uma página de nome Partido dos Trabalhadores – SP. O site da coligação Brasil Feliz de Novo publicou desmentido.” (Agência Lupa).
EX-03-OUT-PUB-CFAB	"Se um pai tira a vida de um filho gay, é uma questão familiar. Não acho que o Estado deve se intrometer ou julgar a atitude de um pai desesperado' / FLAVIO BOLSONARO / Candidato a Senado pelo RJ" (Ex. 3 – Facebook).	“Não há nenhum registro público de que o filho do presidencial Jair Bolsonaro (PSL) tenha dito a frase que aparece na foto que foi analisada pela Lupa. A imagem que viralizou também não traz a fonte de onde ela teria sido retirada. É possível dizer que, se Flávio Bolsonaro tivesse realmente dito o que lhe foi atribuído, o assunto teria repercutido amplamente nos meios de comunicação – fato que não aconteceu.” (Agência Lupa).
EX-04-OUT-PUB-CFAB	"O CRISTIANISMO VAI DESAPARECER. VAI DIMINUIR E ENCOLHER. (...) NÓS, SOMOS MAIS POPULARES DO QUE JESUS NESTE MOMENTO. / Manuela D'Ávila" (Ex. 4 – Facebook).	“A imagem analisada pela Lupa é uma montagem. Na fotografia original, postada pela própria deputada, o que se lê na camiseta preta é a palavra “Rebele-se!”. Na tarde desta terça-feira (2), o perfil de Manuela D'Ávila no Twitter publicou ambas imagens no intuito de expor a montagem.” (Agência Lupa).
EX-05-OUT-PUB-CFAB	"Acabou de dar na Record,PF prende uma van com 152 urnas eletrônicas,dessas 121 estavam preenchidas com voto para o Haddad com pelo menos 72 % dos votos. / Repassem urgente,é um golpe contra bolsonaro e um crime contra seus seguidores" (Ex. 5 – Facebook).	“Em nota, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) afirmou que não há nenhum registro de van apreendida com urnas. A reportagem procurou, ainda, a suposta matéria da Record tratando sobre o assunto, mas não encontrou nenhuma. Além disso, mesmo que algumas urnas fossem desviadas, elas possuem lacres físicos e digitais. Se ela chega com o lacre rompido no local de votação, não pode ser utilizada. E mesmo que não se perceba o rompimento do lacre, o software é protegido por criptografia e assinatura digital, que foram testados publicamente antes do início do período eleitoral. Se, ainda assim, as urnas fossem manipuladas, antes do início da votação, todas elas emitem um documento chamado “zerésima”. Trata-se do relatório de urna, a contabilização dos votos, naquele momento específico – o número, logicamente, deve ser zero. Ou seja, mesmo na hipótese de uma urna ser desviada e de incluírem votos dentro dela, essa fraude seria visível antes do início da votação.” (Agência Lupa).

EX-06-OUT-PUB-CMan	"Leiam o que está escrito na camisa do filho do bozo: 'Movimento nordestinos voltem para casa - o Rio não é lugar para jegue' / ele quer seu voto.viu Nordestino !!! depois vão dizer que é 'FAKE' TA NA CAMISA DO BABACA !!!" (Ex. 6 – Facebook).	"A foto analisada pela Lupa é uma montagem. A imagem original é da campanha eleitoral de 2016, quando Flávio foi candidato a prefeito do Rio de Janeiro. A camisa utilizada por ele não tem qualquer estampa. No retrato real, ele usava um adesivo no peito com o "20", seu número de urna naquela campanha. Esta informação foi apagada na montagem que viralizou no Facebook nas últimas horas." (Agência Lupa).
EX-07-OUT-PUB-CMan	"Pesquisa feita pela record, gente não haverá segundo turno o gigante acordou Brasil juntos somos mais fortes / INTENÇÃO DE VOTO PARA / PRESIDENTE / PERÍODO 11 A 16 DE SETEMBRO". (Ex. 7 – Facebook).	"A pesquisa mencionada nas imagens teve os números adulterados. O levantamento do Instituto Opinar realizado nas datas descritas – 13 a 16 de setembro – diz respeito apenas ao eleitorado do estado do Piauí. O levantamento mostrava Jair Bolsonaro (PSL) com 13% das intenções de voto – e não 59,67%. Ele estaria empatado com Ciro Gomes (PDT) em segundo lugar. Fernando Haddad (PT) era quem liderava as intenções de voto, com a preferência de 41,87% dos entrevistados. Além disso, a pesquisa, registrada no Tribunal Superior Eleitoral no dia 12 de setembro, não foi encomendada pela Record TV. A pesquisa eleitoral divulgada pela Record mais recentemente foi publicada na última sexta-feira (5), mas ela não foi realizada pelo Instituto Opinar, e sim pelo Instituto Real Time. O levantamento apontou Bolsonaro com 40% dos votos válidos, percentual que não garantiria a vitória em um primeiro turno. O candidato à Presidência pelo PSL é seguido por Haddad (28%), Ciro (14%) e Alckmin (7%) e Marina (5%)." (Agência Lupa).
EX-08-OUT-PUB-CEng	"PROGRAMA DE GOVERNO EXPORTA CARNE DE JUMENTO / UÉ CAUSA ANIMAL? / CIRO NÃO!" (Ex. 8 – Facebook).	"O programa de governo registrado por Ciro Gomes no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) não menciona qualquer plano relacionado à exportação de carne de jumento – e de nenhum outro tipo de carne. No terceiro capítulo do documento, destinado a políticas de desenvolvimento e meio ambiente, no item 3.15 o candidato defende a "criação de política de proteção aos animais." Também não há declarações pública de Ciro sobre esse tema. Já a vice na chapa do PDT, Kátia Abreu, falou sobre o assunto publicamente pelo menos duas vezes. Em 2015, relatou, em sua conta no Twitter, o pedido de um "investidor asiático" para importar jumentos do Brasil. À época, Kátia era ministra da Agricultura e participava de um evento na China, com investidores e com o ministro local. "No seminário dos empresários chamou a atenção um investidor c/um interesse que nos pareceu piada mas não era: quer importar jumentos para a China", escreveu ela. Em agosto de 2017, Kátia publicou em seu Facebook uma imagem em que aparece tomando sopa de jumento em Pequim, capital da China, e elogiando o alimento. "Exportação de carne de jumento é uma grande oportunidade de negócio para o Brasil", afirmou a candidata. A atual vice de Ciro foi ministra da Agricultura de dezembro de 2014 a maio de 2016. Nem naquele período, e nem neste ano, o Brasil exportou carne de

		jumentos para a China, de acordo com dados do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. Uma pesquisa com o código “carnes de animais das espécies cavalariça, asinina e muar, frescas, refrigeradas ou congeladas” revela que, em 2018, o Brasil exportou US\$ 6,2 milhões deste tipo de carne – a maior parte para a Rússia. Veja os dados completos aqui.” (Agência Lupa).
EX-09-OUT-PUB-CFAB	"BRASIL CONSERVADOR / PALOCCI AFIRMOU QUE ELEIÇÕES ERAM DECIDIDAS PELA CÚPULA / URNAS FORAM ENCOMENDADAS PARA FRAUDAR ELEIÇÕES! / O QUE O TSE VAI DIZER AGORA!?" (Ex. 09 – Facebook)	“Essa informação não consta no termo de colaboração premiada de Palocci. A única citação específica sobre eleições no documento é que “as campanhas presidenciais do PT custaram em 2010 e 2014, aproximadamente, 600 e 800 milhões de reais, respectivamente”. Palocci também faz referência a acordos genéricos entre o PT e partidos da base aliada em eleições municipais, mas não menciona qualquer assunto relacionado a urnas.” (Agência Lupa).
EX-10-OUT-PUB-CFAB	"UM PACIENTE COM CÂNCER CUSTA MUITO CARO PARA O ESTADO, VAMOS CORTAR ESSA FARRA'. / Entrevista para Folha de São Paulo" (Ex. 10 – Facebook).	“De acordo com a imagem analisada pela Lupa, e que viralizou nas redes sociais, Bolsonaro teria dito essa frase em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo. Mas pesquisa na Internet e no site do jornal não traz nenhum resultado que mostre que o candidato do PSL realmente disse isso sobre pacientes com câncer. Ainda é possível afirmar que, caso Bolsonaro tivesse afirmado algo do tipo, a frase teria tido ampla repercussão. A última entrevista exclusiva publicada pela Folha com Bolsonaro foi feita no dia 13 de janeiro deste ano e versou sobre o uso do auxílio-moradia pago pela Câmara dos Deputados. Na véspera da votação de primeiro turno, a Folha de S. Paulo publicou um compilado com as 11 frases mais polêmicas da carreira de Bolsonaro. E a frase sobre pacientes com câncer não apareceu na lista. Sendo assim, a Lupa classifica a imagem analisada como sendo “falsa”” (Agência Lupa).
EX-11-OUT-PUB-CFAB	"ATENÇÃO / Oriente seus amigos a NÃO DESISTIR se der problema no voto! Todos devemos pedir que os mesários resolvam, e se não der, peçam LOGO o voto EM PAPEL que está disponível em todas as Seções Eleitorais! / Agora no 2º Turno cada voto vale ainda mais! / E qualquer ocorrência deve ser REGISTRADA lá mesmo! / POR FAVOR, COMPARTILHE O MÁXIMO!"	“A imagem traz duas informações falsas. De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) é falsa a informação de que o voto em papel “está disponível em todas as seções eleitorais”. Em nota, o órgão informa que, quando uma urna eletrônica não funciona, ela é substituída por outra. ‘O uso de urna de lona e voto em papel constitui uma excepcionalidade’. Ocorre apenas se os seguintes “procedimentos de contingência” não tiverem sido suficientes para resolver o problema: Ligar e desligar a urna eletrônica; Substituir a mídia de votação, que contém a memória da urna; Retirar as memórias e colocar em uma nova urna eletrônica. Também é falsa a informação de que, se houver erro na urna eletrônica, o eleitor poderá recorrer ao voto em papel. O TSE destaca que “não há previsão, inclusive legal, de abandono da urna (eletrônica) para votar em papel”. O órgão afirma ainda que as seções eleitorais sequer estão preparadas para esse tipo de procedimento.

		A orientação é sempre visualizar a foto do candidato antes de pressionar a tecla “Confirma”. Em qualquer caso de suspeição ou divergência, o eleitor deve alertar o mesário para que seja analisada a situação por um Juiz Eleitoral, pelo Ministério Público Eleitoral ou por pessoas por eles delegadas.” (Agência Lupa).
EX-12-OUT-PUB-CEng	"ATENÇÃO PAULISTAS / 40 / Márcio Franca / #elenunca"	<p>“Apesar de ser filiado ao PSB, partido que decidiu apoiar Fernando Haddad no segundo turno, até a tarde de 12 de outubro de 2018, Márcio França não havia declarado apoio formal ao petista. Havia inclusive sido liberado por seu partido para manter essa posição.</p> <p>Em mais de uma entrevista, negou que apoiaria algum dos presidenciáveis. Ou seja, não se alinharia nem com Haddad nem com Jair Bolsonaro (PSL). “Eu tenho tentado evitar entrar na polarização nacional. Eu tenho eleitores de ambas as partes. Tradicionalmente, pelo meu histórico, eu sempre tive o PT como adversário. Desde a minha cidade, eu ganhei do PT. Eles nunca fizeram parte do meu governo”, disse, por exemplo, no último dia 9.</p> <p>Em entrevista concedida à Rádio CBN no dia 11, França foi além. Afirmou que não apoiaria o PT na disputa ao Planalto e que havia inclusive prometido isso à vice de sua chapa, a coronel da PM Eliane Nikoluk.” (Agência Lupa).</p>
EX-13-OUT-PUB-CEng	"Geraldo Azevedo: 'Olha, é uma coisa indignante, cara. Eu fui preso duas vezes na ditadura, fui torturado, você não sabe o que é tortura não, Esse Mourão era um dos torturadores lá' declarou o arista. / Você Vai Votar Num Torturador? / Vai Mesmo???? / Tem Certeza???? / É Preciso Averiguar Isso!!! / General Mourão / Vice de Bolsonaro / É TORTURADOR????" (Ex. 13 – Facebook).	“Quando estava no palco, o cantor Geraldo Azevedo lembrou a ditadura militar vigente no Brasil entre 1964 e 1985. Classificou o período como “indigente” e contou que foi preso duas vezes e torturado. A informação de que hoje candidato a vice-presidente na chapa de Jair Bolsonaro era um dos torturadores é falsa porque em 1969, quando Geraldo Azevedo foi preso pela primeira vez (aqui, aqui e aqui), Mourão tinha apenas 16 anos de idade. O vice de Bolsonaro, hoje general, entrou para o Exército três anos depois, em 1972.” (Agência Lupa).
EX-14-OUT-PUB-CEng	"Essa senhora que aparece na propaganda de Haddad chorando. / É Amelinha Teles, que junto com seu marido matou e esquartejou militares em nome da ditadura do proletariado" (Ex. 14 – Facebook).	“Maria Amélia de Almeida Teles foi presa junto com seu marido e outro militante de oposição à ditadura militar em dezembro de 1972, em São Paulo. A prisão se deu porque Maria Amélia e os outros militantes seriam os responsáveis por gerir uma gráfica do PCdoB. Não há menção ou qualquer documento público que sustente algum assassinato cometido por ela – que realmente apareceu na propaganda eleitoral do candidato à Presidência da República Fernando Haddad (PT). Até mesmo Carlos Alberto Brilhante Ustra, militar que torturou Maria Amélia, não menciona qualquer assassinato cometido por ela em seu livro de memórias.” (Agência Lupa).
EX-15-OUT-PUB-CEng	"CONHEÇA A SENHORINHA QUE FAZ O DEPOIMENTO TÕ COMOVENTE NA PROPAGANDA DO PT / Amélia Teles, guerrilheira muit conhecida na Guerrilha do Araguaia, presa juntamente com o marido César, por ter matado e esquartejado 2 militares. Hoje, assim como Dilma Rousseff e outros terroristas, pousam de vítimas."(Ex. 15 – Facebook).	“Adélio Bispo, que está preso por ter esfaqueado o candidato do PSL ao Palácio do Planalto, é defendido por quatro advogados Zanone Manuel de Oliveira Junior, Pedro Augusto de Lima Felipe e Possa, Fernando Costa Oliveira Magalhães e Marcelo Manoel da Costa.
EX-16-OUT-PUB-CFAB	"UM DOS QUATRO ADVOGADOS DE ADELIO BISPO AO LADO DE HADDAD / QUEM MANOU MATAR BOLSONARO?" (Ex. 16 – Facebook).	

		<p>Ao ser consultado sobre o assunto, Kakay enviou uma nota à Lupa com seguinte declaração: “Sou advogado criminal e soube agora que estes bandidos que habitam o submundo, que usam as fakes news para denegrir as pessoas nas redes sociais, estão espalhando uma foto minha com o Haddad e dizendo, irresponsável e criminosamente, que eu seria advogado deste maluco que praticou o bárbaro crime contra o Bolsonaro”.</p> <p>E continuou: “Não conheço, nunca vi e não sou advogado deste tal Adélio. Esta notícia é falsa e faz parte deste conjunto de crimes que diariamente está perpetrado contra a sociedade brasileira e contra a democracia. Tomarei todas as medidas judiciais para encontrar estes facínoras, que agem nas sombras e no covarde anonimato. Criminosos que atentam contra a soberania nacional ao tentarem interferir no processo eleitoral. Se ousam atentar contra o Supremo Tribunal certamente se sente à vontade para atentar contra um advogado. Não passarão. A Constituição vai prevalecer.” (Agência Lupa).</p>
EX-17-OUT-PUB-CMan	<p>"Como é bom, esse twitter, é só ter um pouco de paciência e vasculhar, que vc acha cada coisa! / Fernando Haddad 13 / A revolução que acontece na Venezuela, é sem dúvidas uma conquista que deverá ser exemplo para todos os Países! / Parabéns Maduro! Estamos juntos". (Ex. 17 – Facebook).</p>	<p>A imagem analisada mostra uma data: 13 de outubro de 2014. Uma busca avançada no Twitter mostra que não existe nenhum post com esse conteúdo na data registrada. O único tuíte daquele dia foi sobre a Ceagesp: Além disso, a foto não mostra o @, indício claro de que a imagem foi manipulada.</p> <p>Ainda vale ressaltar que quem foi reeleito em 13 de outubro de 2014 foi o boliviano Evo Morales – não o venezuelano Nicolás Maduro, e que Haddad já disse que a “Venezuela não pode ser caracterizada atualmente como democracia em razão dos conflitos internos vividos.” (Agência Lupa).</p>
EX-18-OUT-PUB-CEng	<p>"EU ACHAVA QUE ERA FAKE. MAS NÃO É / CANDIDATO DO PT ESCREVE LIVRO QUE DEFENDE A RELAÇÃO SEXUAL ENTRE PAIS E FILHOS / INFORME-SE!!! NÃO VOTE NESSE CANALHA" (Ex. 18 – Facebook).</p>	<p>“O livro “Em defesa do socialismo”, de Fernando Haddad, foi lançado em 1998 pela editora Vozes. Diferentemente do que circula nas redes, a obra não tem citações sobre incesto nem defende que o “tabu do incesto” precise ser derrubado para implantar o socialismo.</p> <p>O filósofo e escritor Olavo de Carvalho publicou texto sobre esse assunto em outubro de 2018, mas depois que ele começou a se tornar viral, apagou o post de sua rede social. Em seguida, voltou a publicar – desta vez, reconhecendo que o trecho não existia no livro de Haddad.</p> <p>Carvalho escreveu: “Em sentido literal e material, não é exato o que escrevi às pressas num post que logo em seguida retirei de circulação, segundo o qual o Haddad ‘defende’ ou ‘prega’ a prática do incesto. Ele apenas subscreve integralmente o programa da ‘sociedade erótica’ pregado pela Escola de Frankfurt’. Veja todo o post aqui.</p> <p>Haddad chegou a acionar o TSE pedindo a retirada desses conteúdos do ar, mas a liminar foi negada.” (Agência Lupa).</p>
EX-19-OUT-	<p>"Gente preste ATENÇÃO não é fake news , isso que está acontecendo e serio e realidade o que essa máfia organizada estão fazendo para</p>	<p>“A mulher que aparece na imagem não é Patrícia Campos Mello. O registro que foi usado para produzir a informação falsa é de outubro de</p>

PUB- CFal	continuar no poder , COMPARTILHE , COMPARTILHE ,COMPARTILHE / Essa é a Jornalista Patrícia Campos Mello, que fez matéria contra Bolsonaro na Folha." (Ex. 19 – Facebook).	2012, quando Haddad concorreu e venceu as eleições para prefeitura de São Paulo. A imagem foi captada pelo fotojornalista Fábio Braga, da Folhapress, e é de um ato de campanha do petista na zona leste de SP. A informação também foi desmentida pela campanha do PT, pela Folha e pelo site Boatos.org. Neste sábado e domingo a equipe da Agência Lupa se uniu a outras cinco agências de checagens de notícias no Brasil para checar as mensagens de conteúdo suspeito nesta reta final das eleições. A ideia de juntar forças é para ganhar mais agilidade e aumentar o alcance das checagens. A parceria reúne o Fato ou Fake, Projeto Comprova, Lupa, Boatos.org, E-Farsas e Aos Fatos.” (Agência Lupa).
EX-20- OUT- PUB- CFab	"VEJA / EU CHEGANDO AO PODER ACABAREI COM TUDO QUE O PT FEZ. / PRUNI, FIES SEM FIADOR PRONATEC, CIÊNCIAS SEM FRONTEIRA MAIS MEDICOS MINHA CASA MINHA VIDA BOLSA FAMÍLIA / Pobre no Brasil só serve pra votar com título de eleitor n mão e diploma de burro no bolso / Jair bolsonaro" (Ex. 20 – Facebook).	“A imagem analisada pela Lupa jamais estampou a capa da Veja. Consiste em montagem que se utiliza do design gráfico e da linguagem visual da publicação. Também vale destacar que a data na capa da revista aparece em resolução baixa, mas consta como sendo abril de 2004. Além disso, Bolsonaro já afirmou em diversas oportunidades que não só não acabará com o programa Bolsa Família como também acrescentará 13º salário aos seus beneficiados. Confira a capa da Veja nesta semana (de 31 de outubro de 2018)” (Agência Lupa).
EX-21- OUT- PUB- CFab	"O BRASIL INTEIRO SABE QUE SEMPRE FUI RIVAL DO PT. MAS AGORA NÃO HÁ SAÍDA: ENTRE HADDAD E BOLSONARO, VOU DE HADDAD!" / FERNANDO HENRIQUE CARDOSO" (Ex. 21 – Facebook).	“Fernando Henrique Cardoso não declarou apoio a nenhum dos candidatos que disputam o Palácio do Planalto. Na última sexta-feira (26), o ex-presidente declarou no Twitter que era “mentira” seu apoio a Haddad. “O que penso declaro no Twitter e na mídia. Por ora, disse que no Bolsonaro não voto e dei as razões. Nada além disso”, escreveu FHC.” (Agência Lupa)
EX-22- OUT- PUB- CFal	"HADDAD LADRÃO ROUBA A FOTO DO CARNAVAL DE SALVADOR E CHMA DE FOTO DA VIRADA!" (Ex. 22 – Facebook).	“A foto em questão foi tirada pelo fotógrafo Ricardo Stuckert em 26 de outubro de 2018. É possível encontrar o arquivo original da imagem no Flickr oficial da campanha de Fernando Haddad. A Lupa utilizou esse arquivo para consultar os dados Exif da imagem. Esses dados consistem em um conjunto de informações registradas pelas câmeras digitais capazes de, entre outras informações, revelar o horário em que a foto foi feita. Segundo o Exif da imagem original, ela foi batida às 18h02 do dia 26 de outubro por um drone DJI FC-220. Neste sábado e domingo a equipe da Agência Lupa se uniu a outras cinco agências de checagens de notícias no Brasil para checar as mensagens de conteúdo suspeito nesta reta final das eleições. A ideia de juntar forças é para ganhar mais agilidade e aumentar o alcance das checagens. A parceria reúne o Fato ou Fake, Projeto Comprova, Lupa, Boatos.org, E-Farsas e Aos Fatos.” (Agência Lupa)

EX-23-OUT-PUB-CFAB	"Brasil desprotegido. / VEJA / 'Se a população quer me homenagear, basta não votar no PT' / Depois de lutar contra o sistema esquerdista de trabalho, Barbosa dispara." (Ex. 23 – Facebook).	"Não há registros de que Barbosa tenha dito em algum momento a frase utilizada na imagem – “se a população quer me homenagear, basta não votar no PT”. Relator da Ação Penal 470 no STF, que julgou o escândalo do Mensalão, Barbosa fez, sim, críticas ao PT. Uma das primeiras entrevistas em que falou sobre o tema foi ao jornal O Estado de São Paulo, em 2017. No entanto, a capa falsa de Veja que circula no Facebook neste final de semana é anterior a isso: data de julho de 2014, como mostram imagens com melhor resolução do que a da publicação desta sábado. Além disso, há outros indícios de montagem – grosseira – na suposta capa: a marca da editora Abril está em tamanho desproporcional, assim como as letras utilizadas para compor o texto. Também é incomum na revista semanal haver apenas um destaque de capa.” (Agência Lupa).
EX-24-OUT-PUB-CEng	"BOLSONARO PRESIENTE17 / DENÚNCIA GRAVE: A atriz Regina Duarte afirma que adiar o horário d verão foi uma jogada dos picaretas, segundo ela as urnas estão programadas para o horário d verão. Sendo assim todos os votos computados antes das 9 após as 16 hrs se perderão. Tem lógica!!!" (Ex. 24 – Facebook)	"Neste ano, o início do horário de verão em 10 estados brasileiros e no Distrito Federal está programado para ocorrer no dia 4 de novembro – depois do segundo turno. Nos últimos anos, o horário de verão começou em outubro, mas a decisão sobre o adiamento se deu justamente para que ele não coincidissem com o segundo turno das eleições. Em nota ao Fato ou Fake, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) afirmou que as “urnas não estão programadas para entrar no horário de verão antecipadamente, mas, sim, para funcionar no horário oficial”
EX-25-OUT-PUB-CFAB	"URGENTE!! / ISSO É MUITO SÉRIO E PRECISA SER VIRALIZADO !!!! PENSEM SE NÃO É MUITO ESTRANHO! / AS URNAS ESTÃO PROGRAMADAS PARA TRABALHAR EM HORÁRIO DE VERÃO, NOS ESTADOS DE COSTUME.... VIRAM QUE MUDARAM O HORÁRIO DE VERÃO, DE REPENTE? ISSO SIGNIFICA QUE AS URNAS NÃO IRÃO COMPUTAR OS VOTOS APÓS AS 16HORAS, EM ALGNS ESTADOS!!! GENTE, AJUDEM A PROPAGAR ISTO!! TODO CUIDADO É POUCO! ELES SÃO CAPAZES DE TUDO!! NÃO VAMOS PERDER 7 MILHÕES DE VOTOS COMO NO PRIMEIRO TURNO !!!!!!! / Faz sentido o horário de verão" (Ex. 24 – Facebook).	O Código Eleitoral determina que a votação ocorra das 8h às 17h, pelo horário local, tanto no primeiro, quanto no segundo turno. Ainda de acordo com o TSE, “devido aos quatro fusos horários observados no país, a votação não se inicia nem se encerra de modo concomitante em todo o território nacional, e o horário de verão contribui para agravar essa situação.” (Agência Lupa).
OUT	CATEGORIA <i>FAKE NEWS</i> JORNAIS	INFORMAÇÃO DE CHECAGEM DA AGÊNCIA LUPA
EX-01-OUT-JOR-CxFal	"MOURÃO TAMBÉM PROPÕE CONFISCO DA POUPANÇA / Parece não ter fundo o saco de asneiras do General Hamilton Mourão, vice de Jair Bolsonaro. Agora ele propõe a 'renegociação da dívida pública'... Ou seja, em bom português um novo confisco da poupança igual ao de Fernando Collor. / Fonte: Mourão também propõe confisco da poupança – Blog da Cidadania" (Ex. 1 – Brasdangola Blogue).	"O título da postagem não tem relação com seu conteúdo. Não há qualquer menção ao confisco da poupança ao longo do texto, publicado no dia 28 de setembro. Trata-se, na verdade, da cópia integral de uma reportagem publicada pela Folha de S.Paulo no dia 27 de setembro, com o título original “Mourão propõe renegociar os juros da dívida do governo” e o subtítulo “Em palestra, vice de Bolsonaro também criticou o 13º salário e o adicional de férias.” (Agência Lupa).
EX-02-OUT-JOR-CEng	"TSE troca empresa responsável pela divulgação da apuração / Redação O Antagonista / A poucos dias do segundo turno eleitoral, o TSE resolveu substituir a empresa	" No último dia 20 de outubro, o TSE trocou a empresa responsável por gerenciar a rede de distribuição de conteúdos. “O serviço não faz parte do processo de apuração e de totalização das eleições,

<p>que fará a divulgação da apuração dos votos. / No primeiro turno, o serviço foi prestado pela BRCloud, vencedora de uma licitação de mais de R\$ 1 milhão. / Segundo o Tribunal, a empresa “não prestou adequadamente o serviço” e causou “contratempos” na distribuição de dados. / Um novo contrato foi assinado com a CPD – Consultoria, Planejamento e Desenvolvimento de Sistemas, segunda colocada, que receberá R\$ 532 mil." (Ex. 2 – O Antagonista).</p>	<p>sendo uma ferramenta para ampliar a capacidade de acessos [simultâneos] às páginas na internet dos tribunais eleitorais”, diz o TSE.” (Agência Lupa)</p>
--	---

Fonte: As autoras (2021).