

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Antonio Peixoto Oliveira

**NO OLHO DO FURACÃO: A CIRCULAÇÃO DAS FAKE NEWS DO
GOVERNO JAIR BOLSONARO NAS PLATAFORMAS DURANTE A
PANDEMIA DA COVID-19**

Santa Maria, RS
2021

Antonio Peixoto Oliveira

**NO OLHO DO FURACÃO: A CIRCULAÇÃO DAS FAKE NEWS DO GOVERNO
JAIR BOLSONARO NAS PLATAFORMAS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, área de concentração em Comunicação Midiática, Linha de Pesquisa Mídia e Estratégias Comunicacionais, da Universidade Federal de Santa Maria, como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Comunicação**.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Aline Roes Dalmolin

Santa Maria, RS
2021

Oliveira, Antonio Peixoto

NO OLHO DO FURACÃO: A CIRCULAÇÃO DAS FAKE NEWS DO
GOVERNO JAIR BOLSONARO NAS PLATAFORMAS DURANTE A
PANDEMIA DO COVID-19 / Antonio Peixoto Oliveira.- 2021.
184 p.; 30 cm

Orientadora: Aline Roes Dalmolin

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de
Pós-Graduação em Comunicação, RS, 2021

1. Pós-verdade; 2. Fake News; 3. Infodemia; 4. Covid
19; 5. Jair Bolsonaro. I. Dalmolin, Aline Roes II. Título.

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado**

**NO OLHO DO FURACÃO: A CIRCULAÇÃO DAS FAKE NEWS
DO GOVERNO JAIR BOLSONARO NAS PLATAFORMAS DURANTE
A PANDEMIA DO COVID-19**

elaborada por
ANTONIO PEIXOTO OLIVEIRA

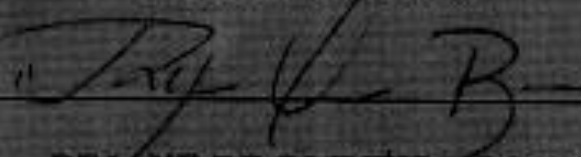
Aprova em 17 de junho de 2021.

**Como requisito parcial para obtenção do título de
Mestre em Comunicação**

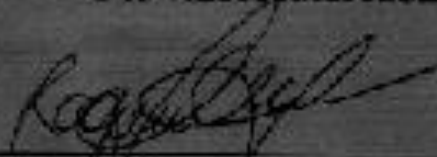
COMISSÃO EXAMINADORA:



**Dra. ALINE ROES DALMOLIN
(UFSM)
Presidente/Orientador**



**Dra. REJANE DE OLIVEIRA POZOBON
(UFSM)
Por videoconferência**



**Dra. RAQUEL DA CUNHA RECUERO
(UFPEL)
Por videoconferência**

Santa Maria, 17 de junho de 2021.

***À memória de todos aqueles
brasileiros que perderam vida
durante a pandemia da Covid-19 e
a todos os profissionais da saúde
que lutaram contra o vírus que é
também o da desinformação.***

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, Aline Roes Dalmolin por mostrar-me muitos caminhos possíveis, por dar suporte às escolhas e pela confiança de que as decisões tomadas se constituem em caminhos possíveis e viáveis. Por fazer-me perceber as oportunidades oferecidas com a escolha do tema e as possibilidades descortinadas para futuras pesquisas. Por sempre valorizar a reflexão e trazer o ensinamento de que nada é desperdiçado, nada é trabalho em vão mesmo quando não aproveitado no corpo de uma pesquisa. Pela leveza, profissionalismo e humanidade neste momento difícil, muito obrigado. Às professoras e professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (POSCOM), pela dedicação à docência, por instigarem o olhar curioso de cada aluna e aluno e por estimularem a pesquisa científica como o caminho para que respostas sejam reveladas. Aos colegas de mestrado, pelo compartilhamento de dúvidas, anseios e descobertas ao longo de cada pesquisa realizada. À secretaria e coordenação do POSCOM pela paciência e dedicação no trato com os alunos neste período difícil. Às grandes professoras Raquel Recuero e Rejane Pozobon pela gentileza e atenção na banca de qualificação, banca final de defesa e pelos apontamentos preciosos que propiciaram um refinamento deste trabalho. À UFSM, por possibilitar o acesso, a permanência estudantil em nível de mestrado e fundamentalmente a realização de um grande sonho que é aprofundar os estudos em nível de pós-graduação em uma instituição pública qualificada e de renome internacional. À minha família na figura da minha mãe Amélia Peixoto Oliveira, professora, mulher, guerreira, que, desde muito cedo, mostrou-me a importância de ter conhecimento, apontando ser algo que somente eu poderia fazer por mim. Agradeço ao meu pai Antonio Netto Oliveira e ao meu companheiro Mateus Schneider pela paciência diária e por incentivar esta que é uma etapa muito importante para o meu desenvolvimento profissional e crescimento pessoal.

RESUMO

NO OLHO DO FURACÃO: A CIRCULAÇÃO DAS FAKE NEWS DO GOVERNO JAIR BOLSONARO NAS PLATAFORMAS DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

AUTOR: Antonio Peixoto Oliveira
ORIENTADORA: Aline Roes Dalmolin

A dissertação propõe analisar a propagação de desinformação pelo governo Jair Bolsonaro sobre a pandemia da Covid-19 no Brasil. O recorte analisa o discurso político de postagens difundidas pelo presidente da república, integrantes e aliados do governo, durante o início da pandemia, de janeiro a março de 2020, até o acontecimento #bolsonaroday, no Twitter, no primeiro de abril – dia da mentira. Enquanto a Organização Mundial de Saúde recomendava o isolamento social e medidas de prevenção, o governo de Jair Bolsonaro tentava minimizar a importância da pandemia e os riscos da doença com desinformação, uma característica da pós-verdade, como aponta Wicholwski (2017). A circulação destes conteúdos se deu no contexto do olho de um furacão denominado “infodemia”, caracterizada pela propagação descontrolada e em grandes proporções de conteúdos desinformativos associados à pandemia e de suas consequências. Esta estratégia agrega-se a um histórico de discurso agressivo, polarizado e propagador de fake news adotado pela figura política de Jair Bolsonaro, que atuou como deputado federal durante quase três décadas antes de se tornar chefe de estado. Este clima de polarização e embates se reafirma durante a campanha das eleições presidenciais e o próprio governo, caracterizado pela constante prática de declarações polêmicas, disseminação de mentiras e ações controversas que mobilizam crises sociopolíticas. O recorte da pesquisa envolve a seleção de postagens realizadas nas redes sociais e na mídia tradicional pelos atores políticos envolvidos, caracterizadas quanto ao conteúdo desinformativo a partir de mecanismos de fact-checking das agências Comprova, Fato ou Fake e Lupa e também de fact-checking próprio. Selecionamos dentre os conteúdos checados, aqueles que possuem relação direta com o contexto da Covid-19 e os organizamos em uma linha do tempo. Na sequência, realizamos análise da tipologia das fake news a partir das categorias de Wardle (2017) onde constatamos a presença de conteúdo enganoso, falso e fora de contexto, entre outros tipos. Elaboramos uma categorização dos temas presentes no conteúdo, segundo Bardin (1977) e verificamos também a recorrência da desinformação com ênfase para uma modulação de tom entre o negacionismo e a normalização da crise ao longo do período. Através da análise, também se observa que o governo Bolsonaro adota o embate por meio da desinformação como estratégia discursiva caracterizada pela polarização aos “opositores” alinhados com recomendações de órgãos de saúde e descredibilização da imprensa.

Palavras-chave: Pós-verdade; Desinformação; Fake News; Infodemia; Pandemia; Covid-19; Jair Bolsonaro.

ABSTRACT

IN THE EYE OF THE HURRICANE: THE CIRCULATION OF GOVERNMENT JAIR BOLSONARO'S FAKE NEWS ON PLATAFORMS DURING THE COVID-19 PANDEMIC

AUTHOR: Antonio Peixoto Oliveira
ADVISOR: Aline Roes Dalmolin

The dissertation proposes to analyze the spread of disinformation by the Jair Bolsonaro government about the Covid-19 pandemic in Brazil. O recorte analisa o discurso político de postagens difundidas pelo presidente da república, integrantes e aliados do governo, durante o início da pandemia, de janeiro a março de 2020, até o acontecimento #bolsonaroday, no Twitter, no primeiro de abril – dia da mentira. While the World Health Organization recommended social isolation and prevention measures, the Jair Bolsonaro government tried to minimize the importance of the pandemic and the risks of the disease with misinformation, a characteristic of post-truth, as pointed out by Wicholwski (2017). The circulation of these contents took place in the context of the eye of a hurricane called “infodemia”, characterized by the uncontrolled spread and large proportions of uninformative contents associated with the pandemic and its consequences. This strategy adds to a history of aggressive, polarized and fake news propagator discourse adopted by the political figure of Jair Bolsonaro, who served as federal deputy for nearly three decades before becoming head of state. This climate of polarization and clashes is reaffirmed during the presidential election campaign and the government itself, characterized by the constant practice of polemical statements, dissemination of lies and controversial actions that mobilize sociopolitical crises. The research cutout involves the selection of posts made on social networks and traditional media by the political actors involved, characterized as uninformative content based on fact-checking mechanisms from the agencies Comprova, Fato or Fake and Lupa, as well as fact-checking own. We selected among the contents checked, those that are directly related to the Covid-19 context and organized them in a timeline. Next, we analyzed the typology of fake news based on the categories of Wardle (2017) where we found the presence of misleading, false and out-of-context content, among other types. We elaborated a categorization of the themes present in the content, according to Bardin (1977) and we also verified the recurrence of misinformation with an emphasis on a tone modulation between denial and the normalization of the crisis throughout the period. Through the analysis, it is also observed that the Bolsonaro government adopts the clash through misinformation as a discursive strategy characterized by the polarization of “opponents” in line with recommendations from health agencies and discrediting the press.

Keywords: Post-truth; Disinformation; Fake News; Infodemia; Pandemic; Covid-19; Jair Bolsonaro.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Algumas teorias envolvidas na pesquisa.....	24
Figura 2 – Esquema proposto por Verón.....	36
Figura 3 – Esquema proposto por Gomes	37
Figura 4 – Serviços de infraestrutura fornecidos pelas plataformas.....	40
Figura 5 – Categorias da desordem da informação	68
Figura 6 – Tipologia da desinformação	69
Figura 7 – Imagem/reprodução do vídeo com Hillary Clinton.....	75
Figura 8 – Comparativo na Fake News sobre Manuela D'Ávila	79
Figura 9 – Reprodução de entrevista de Bolsonaro no Jornal Nacional.....	79
Figura 10 – Imagem do vídeo “Ato pela saúde de Bolsonaro”	81
Figura 11 – Veículos integrantes do Projeto Comprova	87
Figura 12 – Pesquisa MIDIARS.....	94
Figura 13 – Declarações falsas ou distorcidas de Bolsonaro	109
Figura 14 – Linha do tempo das fake news de Bolsonaro.....	110
Figura 15 – Fake news nas eleições de 2016	111
Figura 16 – Bolsonaro como Pinóquio	112
Figura 17 – Tipologias de fake news no discurso de Bolsonaro.....	115
Figura 18 – Convocação de manifestações pró-governo	119
Figura 19 – Humorista distribui bananas à imprensa	121
Figura 20 – Entrevista de Bolsonaro à CNN Brasil.....	122
Figura 21 – Bolsonaro compara Covid a H1N1	123
Figura 22 – Comparativo Covid-19 e H1N1.....	124
Figura 23 – Bolsonaro já chamou Covid de Gripezinha	126
Figura 24 – Post de Ricardo Salles sobre Drauzio Varela.....	127
Figura 25 – Post de Flávio Bolsonaro sobre Drauzio Varella	128
Figura 26 – Reação à declaração de Bolsonaro sobre histórico de atleta	132
Figura 27 – Frame do Vídeo “Campanha O Brasil Não Pode Parar”	135
Figura 28 – Publicação do Governo #obrasilnãopodeparar	136
Figura 29 – Publicação da campanha “O Brasil Não Pode Parar”	137
Figura 30 – Seleção de tweets de Bolsonaro	138
Figura 31 – Frame do Vídeo de Bolsonaro em aglomeração	139
Figura 32 – Tweet apagado da conta de Bolsonaro	141
Figura 33 – Publicação sobre o caso do “borracheiro”	143
Figura 34 – Post de Flavio Bolsonaro sobre pacientes supostamente curados	145
Figura 35 – Post de Osmar Terra sobre supostos índices da Holanda	146
Figura 36 – Post de Bolsonaro sobre “desabastecimento” no Ceasa de MG.....	150
Figura 37 – Recorrências no discurso de Bolsonaro.....	153

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Quadro do Fact-checking – Checagens realizadas entre 30/02 e 01/04/21 .	108
Quadro 2 – Enquadramentos na Tipologia de Wardle	115
Quadro 3 – Cruzamentos nos enquadramentos na Tipologia de Wardle	116
Quadro 4 – Recorrências no discurso analisado	154

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO: NO OLHO DO FURAÇÃO DA PANDEMIA.....	13
2	A CIRCULAÇÃO DE SENTIDO NA SOCIEDADE EM MUDIATIZAÇÃO	31
2.1	SOCIEDADE EM MUDIATIZAÇÃO	31
2.2	CIRCULAÇÃO DE SENTIDO: FLUXO ADIANTE	34
2.3	SOCIEDADE DE PLATAFORMAS.....	39
2.4	REDES SOCIAIS DIGITAIS.....	42
2.4.1	Gatekeeper e filtros-bolha.....	44
2.4.2	Algoritmos.....	47
2.4.3	Câmaras de Ressonância ou Eco	52
2.4.4	Polarização nas Redes Sociais	54
2.4.5	Robotização	56
3	SOCIEDADE DA DESINFORMAÇÃO, PÓS-VERDADE E FAKE NEWS.....	59
3.1	PÓS-VERDADE, A ERA DAS INCERTEZAS.....	60
3.2	CARACTERIZAÇÃO DAS FAKE NEWS.....	65
3.3	FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES NOS EUA À ELEIÇÃO NO BRASIL.....	72
3.4	ATAQUES À IMPRENSA PELO PRESIDENTE BOLSONARO	82
3.5	FACT-CHECKING COMO CONTRAMEDIDA.....	84
3.6	FAKE NEWS NA PANDEMIA DA COVID-19, A infodemia	90
4	ANÁLISE DAS FAKE NEWS DO GOVERNO BOLSONARO DURANTE OS DOIS PRIMEIROS MESES DA PANDEMIA	97
4.1	O BOLSONARISMO E AS CRISES SÓCIO-POLÍTICAS NO GOVERNO BOLSONARO.....	99
4.2	LINHA DO TEMPO DAS FAKE NEWS DO GOVERNO BOLSONARO NO COMEÇO DA PANDEMIA	107
4.3	ANÁLISE DA TIPOLOGIA DAS FAKE NEWS.....	113
4.4	ANÁLISE DAS RECORRÊNCIAS DO CONTEÚDO DESINFORMATIVO....	151
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	165
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	169

1 INTRODUÇÃO: NO OLHO DO FURAÇÃO DA PANDEMIA

Preliminarmente, estávamos dispostos a pesquisar acerca da temática das fake news¹ durante o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2018, conforme o projeto de pesquisa apresentado na seleção do Mestrado. Mas a oportunidade de estar no olho de um furacão, impõe ao pesquisador deixar que o desafio fale mais alto, pois, afinal, não seria exatamente isso que – na sua essência – moveria a pesquisa científica em si: uma dúvida ainda não esclarecida? Um ponto de interrogação que precisa ser investigado? Logo, em termos de pesquisa, nem a mais sólida das predisposições é definitivamente irrevogável, pelo contrário – o que nos tira da zona de conforto são exatamente as dúvidas e as provocações diante das inúmeras evidências que se apresentam.

É nesta reviravolta que nasceu a perspectiva da nossa temática. No momento em que escrevemos esta parte inicial da pesquisa, estamos como seres humanos, jornalistas e pesquisadores envolvidos por uma das maiores crises da nossa história moderna, a pandemia da Covid-19² que ameaça, antes de mais nada, bilhões de vidas e impacta em mudanças no modus operandi cotidiano social e em suas relações.

Esta é apontada por especialistas como maior crise em saúde dos últimos 100 anos, a última havia sido a da Gripe Espanhola, na segunda década do século XX. Entre 1918 e 1919 as estimativas do número de mortos em todo o mundo durante a pandemia de gripe variam entre 20 e 40 milhões. Um ano depois do seu começo, a pandemia do Coronavírus já contabilizava mais de 2,7 milhões de mortos em todo o mundo, 290 mil apenas no Brasil.

A descoberta do vírus se deu ainda no fim de 2019 no interior da China, como um surto isolado, mas logo se espalhou pelo mundo e em 30 de Janeiro de 2020 a Organização Mundial da Saúde declarou em Genebra, na Suíça, que o surto do novo coronavírus constituía uma Emergência de Saúde Pública de Importância

¹ Usaremos o termo fake news de forma genérica e adiante abordaremos a relação deste conceito com conteúdo desinformativo.

² Segundo o Ministério da Saúde, existe diferenciação entre os termos: Coronavírus é uma família de vírus que causam infecções respiratórias. A Covid-19 é uma doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, que apresenta um quadro clínico que varia de infecções assintomáticas a quadros respiratórios graves. Mas no desenvolvimento desta pesquisa, abordaremos o Coronavírus e a Covid-19 como sinônimos para o mesmo contexto. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>, acessado em 01 de junho de 2020.

Internacional (ESPII). Naquela ocasião³ o vírus já circulava em 19 países, com transmissão entre humanos na China, Alemanha, Japão, Vietnã e Estados Unidos da América. Em 11 de março de 2020 a OMS elevava o estado da contaminação à pandemia⁴ de Covid-19, classificação que perdurou durante toda a realização desta pesquisa.

Sob o olhar que queremos oferecer neste estudo, podemos dizer antes de tudo, que esta é uma crise com várias dimensões (econômica, social, de saúde, etc.). A pandemia viral da Covid-19, propriamente dita, causa mudanças drásticas nos rumos sociais globais com afetação direta e imediata na saúde das pessoas, colapso nos sistemas de atendimento populacional e caos na economia das nações com grandes índices, quase imediatos, de desemprego e redução do comércio de mercadorias em escala global.

Para tornar mais grave o atual momento, estamos em um período emblemático de incertezas, conceituado de pós-verdade, em que a própria ciência e os conhecimentos até então incontestáveis, são colocados em xeque. Como explica⁵ Wicholski (2017), as pessoas sempre negaram a existência de certas evidências que as deixam desconfortáveis, com as quais não querem lidar. “Acho que agora (com a internet) é mais fácil de achar outras pessoas como você, é mais fácil procurar a verdade que é conveniente para você on-line, porque existe muita informação por aí”.

E muitos destas “verdades” disseminadas são consideradas desinformações à medida que comprometem o pensamento e a tomada de ação, como se fosse uma nuvem espessa que esconde a terra firme de um navegador à procura da costa segura. Em um potencial maior ofensivo, são consideradas fake news – literalmente porque são mentiras contadas como se verdade fossem.

Este conceito de fake news foi solidificado sobretudo nas redes sociais digitais, durante as eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos. No Brasil, nas eleições majoritárias de 2018 foi observado como elemento decisivo – uma energia envolvida tão forte capaz de afetar a opinião e a percepção do público

³ Disponível em https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6100:oms-declara-emergencia-de-saude-publica-de-importancia-internacional-em-relacao-a-novo-coronavirus&Itemid=812, acessado em 10 de Janeiro d 2021.

⁴ Pandemia, segundo a OMS, é a disseminação mundial de uma nova doença e o termo passa a ser usado quando uma epidemia, surto que afeta uma região, se espalha por diferentes continentes com transmissão sustentada de pessoa para pessoa.

⁵ Em entrevista em vídeo disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/video/a-nao-ser-que-joguemos-fora-nossos-telefones-temos-que-descobrir-como-lidar-com-o-fato-de-que-estamos-sendo-inundados-com-manchetes-o-tempo-todo-a>, acessada em 26 de abril de 2020.

quanto à realidade e, por assim dizer, o resultado prático dos fatos, de acordo com a intenção de quem as propaga. Essa propagação em massa se deu nas plataformas, sobretudo no Twitter, Facebook e também no aplicativo de mensagens Whatsapp, para smartphones.

É importante destacar que na configuração da sociedade contemporânea em midiaticização, a circulação de sentido destas fake news recebem contornos ainda mais complexos diante do uso da tecnologia na comunicação, sobretudo nas plataformas digitais. A fluidez e globalização proporcionada pela Internet e potencializada pelas redes sociais digitais e aplicativos de compartilhamento de mensagens tornam esse processo instantâneo e viral sob o ponto de vista de propagação. A este cenário preocupante, acrescentam-se algumas consequências importantes como o acirramento da polarização do discurso ideológico.

Diante deste embate nas plataformas, a mídia tradicional se adaptou ao novo momento e hoje tem um importante papel, além da informação, que é o de combater as fake news por meio de mecanismos de fact-checking. Uma tarefa de checagem – comum na atividade dos jornalistas – mas que aqui é elaborado em cima do conteúdo disseminado fora da mídia tradicional como sendo verdadeiro – é o caso da desinformação que circula nas redes sociais.

Entretanto, como veremos no decorrer da pesquisa, “a desinformação circula em espaços diferentes dos desmentidos”, como afirma Recuero (2020)⁶. Enquanto o próprio mecanismo de fact-checking da mídia e as informações, por exemplo, de cunho científico sobre determinados temas, circulariam no espaço midiático tradicional e em espaços especializados, a desinformação circularia essencialmente nas redes sociais, criando câmaras de eco e filtros-bolhas.

Desta forma, com as fake news em um contexto de sociedade em rede, outros personagens se tornam agentes da disseminação de informações em grande escala, personagens virtuais com perfis falsos, os bots ou robôs, que atuam em rede com publicações e compartilhamentos programados de conteúdos em massa. Essas postagens são, em sua essência, desinformação que carrega as intenções disfarçadas de quem as produziu.

⁶ Em entrevista no dia 16 de abril de 2020 disponível em: <https://objethos.wordpress.com/2020/04/16/raquel-recuero-a-desinformacao-circula-em-espacos-diferentes-dos-desmentidos/>, acessado em 16 de abril de 2020.

Outros agentes, porém, são reais e conhecidos do público como os políticos – que também são influenciadores digitais neste novo ambiente. Muitos são chefes de estado como o presidente Jair Bolsonaro que, adotou a desinformação como estratégia comunicacional durante o seu mandato como deputado federal, como candidato nas eleições de 2018 e como governante do maior país da América Latina a partir de 2019.

Entretanto, para uma grande parcela do público em geral que desconhece este mecanismo ou mesmo nem desconfia da intencionalidade, as fake news são tomadas como informações verdadeiras, sob a falsa roupagem de notícia ou de fato. Como efeito desta circulação que produz sentido, passamos, enquanto sociedade, a questionar a verdade e até duvidar da ciência e das instituições tradicionais geradoras de conhecimento empírico. Logo, passamos a propagar, sem crítica, sem checagem da fonte, falsas informações que são, na maioria das vezes, alinhadas com determinadas tendências políticas ou alicerçam argumentos ideológicos – afirmações falsas que servem para manipular as teses.

Neste sentido, pensar as fake news, no contexto atual desta pesquisa, o da Covid-19, merece um olhar atento e sobretudo crítico ao verificarmos sobretudo que os agentes dessa disseminação foram integrantes do Governo, principalmente o próprio presidente Bolsonaro. Observamos que o Governo e seus principais partícipes – ministros, deputados aliados, etc. – sem pudores, se tornaram propagadores de informações falsas nas redes sociais justamente em um período crônico de enormes incertezas. Diante deste panorama, levantamos o seguinte problema de pesquisa: “como circulou na mídia o conteúdo desinformativo propagado pelo presidente Bolsonaro e seus aliados durante os dois primeiros meses da pandemia?”

O desenvolvimento da presente pesquisa, deste modo, será orientado para encontrar respostas empíricas para esta questão. Para efeitos de delimitação temporal do corpus da pesquisa, optamos pelo marco inicial, a declaração da OMS de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional do dia 30 de janeiro, quando já existia um alerta global e, a partir daí, já se constata a circulação de sentido em algumas postagens e declarações do Governo, as quais analisaremos neste trabalho.

Neste contexto, para destacar o papel da comunicação no campo científico social, Miguel Nicolelis⁷ assinala que “é preciso o resgate da ciência, colocá-la em primeiro lugar, para combater o vírus” – que é também um vírus da desinformação. “No meu entendimento, é a maior batalha do momento, a da comunicação. Estamos inundados com notícias falsas, com nenhum embasamento científico. A função do jornalismo, da comunicação é quase tão vital quanto a tentativa de achar um medicamento, uma vacina neste momento”.

A própria OMS admite que o momento apresenta claros sintomas de uma infodemia, um conceito que define essa enxurrada de notícias falsas como desorientadoras e que causam, inclusive, uma ameaça à saúde das pessoas, à medida que notícias falsas inundam as plataformas com informações sem nenhum cunho científico. Assim, o tema fake news em tempo de pandemia da Covid-19 passou a ser discutido por muitos pesquisadores⁸ como Recuero (2020) que também passou a utilizar o termo “infodemia” para explicar a propagação incontrolada de conteúdos que pode causar uma alienação em grandes proporções – o que é bastante pertinente para entendermos o contexto do estudo.

Logo nos primeiros meses da pandemia, entre março e abril de 2020, muitos países como a Itália, Estados Unidos, México Turcomenistão, Tanzânia e Coreia do Norte, que negaram as orientações da ciência em um primeiro momento, ou que a negligenciaram como a Nicarágua, pagaram preço caríssimo com disseminação maior da doença em seus territórios. Este último país, por exemplo, ao contrário dos demais em seu continente, não tomou medidas drásticas de isolamento no ápice da primeira onda do Coronavírus – nem ao menos a suspensão das atividades esportivas como jogos de futebol profissional, partidas de basebol, corridas de ciclismo ou lutas de boxe que persistiram todos os dias como se a pandemia do coronavírus não estivesse ocorrendo.

O Presidente da Nicarágua Daniel Ortega foi negligente ao ficar um mês ausente de aparições públicas, em meio à crise. Na primeira manifestação pública⁹, em 15 de abril de 2020, em plena pandemia, Ortega se recusou a decretar quarentena, fechar as fronteiras ou exigir o distanciamento social, medidas adotadas

⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/videos/v/nicolelis-para-combater-virus-ciencia-tem-que-ser-posta-em-primeiro-plano/8483653/>, acessada em 18 de abril de 2020.

⁸ Disponível em: <https://inova.rs.gov.br/coronavirus-saiba-como-identificar-fake-news-para-nao-propagar-inverdades>, acessado em 22 de abril de 2020.

⁹ Disponível em: <https://www.gazetaesportiva.com/futebol/esporte-segue-na-nicaragua-como-se-nao-houvesse-pandemia-do-coronavirus>, acessada em 22 de abril de 2020.

por grande parte dos países e orientadas pela OMS.

Esta postura pode ser tomada como negacionista¹⁰ – a escolha de negar a realidade como forma de escapar de uma verdade desconfortável ou ceticista. Não surpreendente, outro chefe de estado negacionista foi o Presidente do Brasil Jair Bolsonaro que, mesmo antes da crise do Coronavírus, já estava alinhado a muitos destes discursos os quais, inclusive fazem afirmações na contramão dos fatos do tipo: “o Holocausto nunca existiu”, “o nazismo é de esquerda”, “a ditadura militar foi branda” e “não houve genocídio indígena”.

Esse discurso negacionista suscita diferentes olhares, opiniões, reações e sentidos. Há quem concorde com as palavras de Jair Bolsonaro, relativize a verdade e, inclusive, muitos destes os tenham elegido presidente do Brasil nas eleições de 2018.

Após a posse de Bolsonaro, o discurso presidencial seguiu a mesma lógica de quando era candidato. Em 02 de abril de 2019, o Presidente do Brasil afirmou¹¹ que “não há dúvida de que o nazismo foi movimento de esquerda” e nesta mesma época Bolsonaro relativizou os atos sofridos por judeus nos campos de concentração ao declarar à imprensa¹²: “Nós podemos perdoar, mas não podemos esquecer”, o que gerou desgastes e resposta imediata, em nota, do Museu Yad Vashem, visitado pelo Presidente. A entidade afirmou, em comunicado, que ninguém tem o direito de determinar se os crimes hediondos do Holocausto podem ser perdoados. “Não concordamos com a fala do presidente brasileiro de que o Holocausto pode ser perdoado. Não é direito de nenhuma pessoa determinar se crimes hediondos do Holocausto podem ser perdoados”, declarou o museu.

A postura negacionista de Bolsonaro, em relação à Ditadura Militar no Brasil, foi ressaltada em doze oportunidades em que o Presidente e seus filhos exaltaram o movimento antidemocrático iniciado em 1964 que fechou o Congresso Nacional, em reportagem¹³ da Revista Veja, em 4 de Novembro de 2019. “Não houve golpe militar em 1964. Quem declarou vago o cargo do presidente na época foi o Parlamento. Era

¹⁰ Adotaremos aqui o negacionismo, por entenderemos este termo estar mais adequado quando trazemos à mesa a contraposição aos argumentos científicos, uma vez que ceticismo caracterizaria melhor uma falta de crença – o que, aqui, não nos parece ser o termo mais correto.

¹¹ Conforme reportagem da Revista Exame disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/nao-ha-duvida-de-que-nazismo-foi-movimento-de-esquerda-diz-bolsonaro/>, acessada em 22 de abril de 2020.

¹² Conforme reportagem do Portal Deutch Welle, disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/israelenses-condenam-fala-de-bolsonaro-sobre-holocausto/a-48320616>, acessado em 22 de abril de 2020.

¹³ Conforme reportagem da Revista Veja, disponível em <https://veja.abril.com.br/politica/doze-vezes-em-que-bolsonaro-e-seus-filhos-exaltaram-e-acenaram-a-ditadura/>, acessada em 22 de abril de 2020.

a regra em vigor”, defendeu Bolsonaro.

Em uma checagem de uma fala atribuída a Bolsonaro sobre o genocídio indígena, em 06 de Dezembro de 2018, o projeto Lupa¹⁴ de fact-checking da Revista Piauí constatou que Bolsonaro elogiou, em publicação que circulou nas redes sociais, a cavalaria norte-americana por dizimar índios “A cavalaria brasileira foi muito incompetente. Competente sim foi a cavalaria norte-americana, que dizimou seus índios no passado e hoje em dia não tem esse problema em seu País”, declarava o Presidente em 15 de abril de 1998, em um pronunciamento realizado por ele quando ainda era deputado federal pelo PPB (atual PP).

Entre tantos sentidos em circulação, é inegável que os discursos de Jair Messias Bolsonaro ao longo de sua trajetória política, como alguém detentor de importantes cargos eletivos, afetaram as pessoas de alguma maneira e expôs contradições do tempo presente. E estas posturas tomadas por Bolsonaro também foram verificadas durante a crise do Coronavírus. Foram estas observações que nos instigaram a abordar a temática e suscitaram a necessidade de um estudo da circulação das declarações, postagens e das falas desinformativas do presidente e seus aliados de governo.

Compreendemos que a circulação funciona através de apropriações de sentidos, por isso, justamente, é um processo que vai além da recepção em si. Dessa maneira, a delimitação do tema de pesquisa está circunscrita na circulação das declarações sobre a crise da Covid-19, mobilizados pelas falas públicas de conteúdo desinformativo do presidente Bolsonaro e seus principais aliados.

Reside nesta circulação das declarações o objeto empírico que analisaremos na presente pesquisa. Escolhemos as falas de Bolsonaro e seus aliados para analisar a circulação de sentido porque justamente simboliza o lado de quem gerenciou a crise no Brasil (ou tinha responsabilidade em fazê-lo) em desacordo com as recomendações de órgãos internacionais de saúde.

A circulação de sentido do discurso bolsonarista repercutiu e produziu reações nas redes sociais no dia primeiro de abril de 2020 que é considerado o dia da mentira, contribuindo para a circulação da hashtag “bolsonaroday”, na plataforma do Twitter. Desta forma, nossa análise se focará nas próprias fake news de agentes

¹⁴ Conforme reportagem da Agência Lupa, disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/12/06/verificamos-bolsonaro-cavalaria/>, acessada em 22 de abril de 2020.

do governo e do próprio Presidente do dia 30 de Janeiro, data em que é declarada a ESPII, até o dia primeiro de abril, dia do #bolsonaroday, na plataforma do Twitter – fatos que serão utilizados como limites temporais do nosso recorte.

Cabe ressaltar que as fake news do governo não são objeto apenas de estudos científicos no campo da comunicação. No campo político e jurídico geram análises por meio de investigação, uma vez que questionamentos são levantados por instâncias oficiais a partir de uma sucessão de crises sociopolíticas que oferecem alguns indícios.

Uma dessas tribulações ocorreu depois de uma demissão importante no Governo Federal. Em 24 de abril de 2020 o Ministro da Justiça e Segurança Sérgio Moro se demitiu depois de não aceitar que o Presidente Jair Bolsonaro intervisse na autonomia e trabalho da Polícia Federal ao exonerar o diretor-geral Maurício Valeixo, indicado por Moro cuja liberdade de trabalho lhe havia sido dada antes da sua posse. O ministro Sérgio Moro, para comprovar sua tese de tentativa de interferência em processos em andamento, divulgou ao noticiário Jornal Nacional, da TV Globo, conversa particular sua com o Presidente na plataforma do Whatsapp em que este atribui a investigação deputados federais bolsonaristas pela PF e pela CPMI das Fake News na Câmara como mais um motivo para demitir Valeixo do cargo máximo da Polícia Federal, cargo constitucionalmente definido como de Estado e não exclusivo da Presidência.

Ocorre que Bolsonaro compartilhou uma reportagem do site O Antagonista com o título “PF na cola de 10 a 12 deputados bolsonaristas”, conforme divulgou o site da CNN Brasil¹⁵. Na sequência, reforçou a intenção de demitir Maurício Valeixo com a frase “mais um motivo para a troca”. Valeixo foi realmente demitido e, com isso, logo depois Moro pediu demissão e seguiu o curso mais uma microcrise que faz parte de uma crise contínua, em curso no Brasil e sem perspectiva de final. O motivo desta microcrise teria sido as denúncias de que haveria um esquema ligado ao Governo de produção e disseminação de fake news em massa nas redes sociais.

Em 05 de dezembro de 2019, à mesma CPMI das Fake News, a deputada Joice Hasselmann, do PSL, havia denunciado “milícia” e “gabinete de ódio” na disseminação de fake news nas redes sociais, conforme reportagem¹⁶ da Agência

¹⁵ Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/04/25/em-mensagens-a-moro-bolsonaro-cita-investigacao-contradeputados-diz-tv>, acessada em 26 de abril de 2020.

¹⁶ Disponível em <https://www.camara.leg.br/noticias/622252-joice-hasselmann-denuncia-milicia-e->

Câmara de Notícias, da Câmara Federal. A deputada, ex-líder do Governo Bolsonaro na Câmara, havia relatado o uso de robôs para alavancar hashtags contra inimigos políticos do Presidente a um custo de R\$ 20 mil por disparo no Twitter. “Eles escolhem uma pessoa e essa pessoa é massacrada. Eles se escondem atrás de um perfil, como “Ódio do Bem”, “Isentões” e “Left Dex”, revelou a deputada que disse ainda que o perfil ‘Ódio do Bem’ teria atacado recentemente a Operação Lava Jato para proteger o senador Flávio Bolsonaro, filho do Presidente.

A orientação desses grupos, segundo a parlamentar, é atacar aqueles considerados “traidores”. Outro perfil usado nessa estratégia, segundo Hasselmann, seria o “BolsoFeios”, administrado por Dudu Guimarães, assessor do deputado Eduardo Bolsonaro, também filho do presidente. Em seu depoimento Hasselmann, portanto, cita dois dos filhos do Presidente – parlamentares do Congresso Nacional – que teriam alguma ligação com os ataques. Cabe ressaltar que durante a pandemia do Covid-19 a CPMI foi suspensa.

Em editorial do jornal francês *Le Monde Diplomatique*¹⁷ intitulado “As milícias digitais do Capitão”, Sílvio Caccia Bava, aponta a existência de uma espécie de Agência Brasileira de Inteligência paralela, que elaboraria dossiês contra adversários e opositores – apontamentos baseados na CPMI das Fake News. Segundo o jornal, as informações digitais se converteriam em armas e seriam usadas sem nenhuma ética.

Nestas milícias digitais, pessoas são bombardeadas com desinformação sobre os “inimigos do poder” por meio de conteúdos racistas, sexistas, calúnias e falsas acusações. E para disseminá-los usariam contas falsas e robôs – um exército de trolls e bots¹⁸, que se fazem passar por pessoas e replicam as mesmas mensagens. O *Le Monde* (2020) apontou que “essas informações vão para o Gabinete do Ódio, instalado no terceiro andar do Planalto. Seria então neste local que haveria a produção das fake news e as campanhas do ódio, segundo a relatora da CPI das Fake News, deputada Lídice da Mata (PSB-BA)”. Mas em muitos outros casos como analisaremos, o Governo e seus agentes são os próprios

gabinete-de-odio-na-disseminacao-de-fake-news/, acessado em 26 de abril de 2020.

¹⁷ Disponível em <https://diplomatique.org.br/as-milicias-digitais-do-capitao/?fbclid=IwAR0CtX663j7aODMbCzLkXkDJxgpJPWOVn2wYiTWmwaalPNQzexEDOyUg1Q>, acessado em 03 de maio de 2020.

¹⁸ Segundo Barojan (2018), um bot é uma conta de mídia social automatizada executada por um algoritmo, em vez de uma pessoa real. Um troll é uma pessoa que intencionalmente inicia um conflito online ou ofende outros usuários para distrair e semear divisões publicando postagens inflamatórias ou fora do tópico em uma comunidade online ou em uma rede social.

disseminadores de fake news sem que sejam usados artifícios como os bots e sem que seja necessário identificar a existência de um “gabinete” com esse fim.

Pelo princípio legal da presunção da inocência, não poderíamos aqui aplicar juízo de valor sobre esses fatos da crise política e da CPMI em andamento sem antes haver uma sentença ou ao menos uma prova substancial que sustente estas acusações – o que até o presente momento não ocorreu. Enquanto pesquisadores, devemos sim considerar o registro destes acontecimentos como importantes para o entendimento do contexto do presente estudo. Aliás, o que se pode verificar nas redes sociais como objetos de pesquisa, são dados públicos, informações de contas oficiais de autoridades do Governo em redes sociais e as declarações divulgadas pela imprensa que serão nosso objeto de análise discursiva.

Portanto, a tese investigada pela instância política da CPMI das Fake News, de que haveria uma fábrica criminosa de disseminação dentro do Governo, não balizará a nossa pesquisa – não temos os mesmos elementos de investigação policial, nem é nossa intenção. Se, ao final constatarmos, como verificação de hipótese, de que a operacionalização de fake news por agentes do Governo foi uma rotina, de fato, poderá ser fruto de observação e análise empírica futura com aporte teórico e metodológico de sustentação em redes sociais e conteúdo – não se tem aqui por objetivo fazer juízos de valor neste sentido, que só caberiam à esfera jurídica ou, no máximo, a uma análise no campo comunicacional combinada com questões levantadas de ordem jurídica, do campo do Direito.

Diante dessas considerações, podemos dizer que o objetivo geral da pesquisa é analisar a circulação de desinformação pelo presidente, por integrantes do Governo (como seus filhos parlamentares e ministros) neste ambiente conturbado da Covid-19. Temos, secundariamente, como objetivos analisar a tipologia das fake news encontradas nas declarações analisadas, segundo Wardle (2017) e as recorrências do conteúdo desinformativo por meio da categorização das fake news apontada por Bardin (1977).

Sendo assim, a justificativa da nossa pesquisa sustenta-se pelas questões de interesse público que os comportamentos de Jair Bolsonaro e seus aliados incitam em consonância com o recente contexto da pandemia. Importante frisar que o objeto proposto e os temas que perfazem esse corpus são inquietantes e nos permitem justificar também a pesquisa com considerações prévias: a circulação de notícias falsas tomadas como verdadeiras é crescente; apresenta características diferentes

diante da variação dos objetos e merece maior atenção dos pesquisadores do campo da comunicação. Com isso, o recorte proposto, no contexto da crise pandêmica da Covid-19 é uma oportunidade de se elencar e entender como ocorre essa viralização no cenário político pelas vias oficiais e entender que resultado isso tem na circulação de sentidos nas mídias.

Cabe sinalizar, ainda, que compreendemos a importância das transformações no âmbito comunicacional advindas das mídias digitais, sendo assim, ao definirem novas lógicas, passam a determinar também os demais processos de interação social. Dessa maneira, reconhecemos a necessidade de entender nosso objeto pelo enfoque da comunicação e que isso deve guiar nosso trabalho.

Portanto, a temática se encaixa à linha de pesquisa Mídia e Estratégias Comunicacionais do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e pode contribuir com o arcabouço de pesquisas científicas na área de redes sociais digitais. Neste sentido, como bem frisa o programa do Mestrado, a linha propicia tratar de mídia e efeitos de sentido, produção de sentido, ideologia e ética – componentes, em sua maioria, direta ou indiretamente presentes na temática proposta pela pesquisa.

Para melhor entendimento do ordenamento, encadeamento e aspectos abordados e fontes utilizadas nos basearemos a partir da estrutura do sumário. A presente introdução, adiantou-se nas percepções iniciais e também trouxe um roteiro previamente elaborado com a sequência cronológica de alguns dos acontecimentos prévios sublinhados pela imprensa que nos remeterá – a posteriori – tanto ao aprofundamento das discussões teóricas, quanto à análise do objeto por meio da metodologia científica própria escolhida.

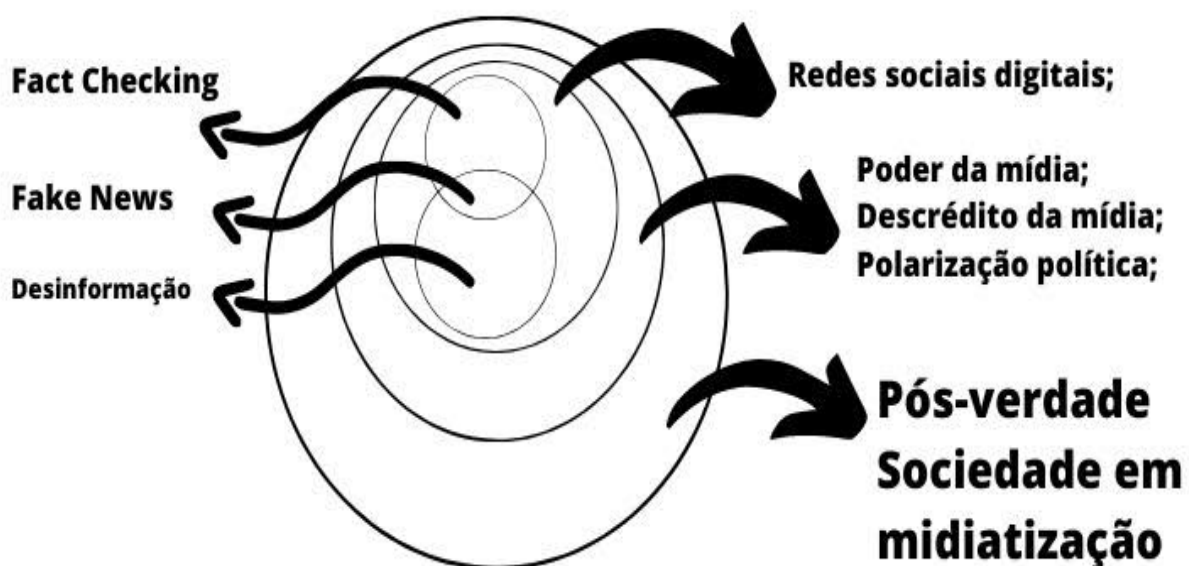
O desenvolvimento da pesquisa está dividido em cinco capítulos. O item 2 abordará os conceitos de circulação de sentido na sociedade em midiatização e sociedade de plataforma, as redes sociais digitais, conversações em rede, polarização e robotização; o item 3 a sociedade da desinformação, a pós-verdade, as fake news, o fact-checking e a infodemia; no item 4 analisaremos a circulação das fake news no Governo Bolsonaro nos dois primeiros meses da pandemia.

Definida esta estrutura, esta base sobre a qual serão discutidas as temáticas vinculadas e circundantes, partiremos para a análise dos dados e conclusões pertinentes. E como chegamos a esta estrutura?

Ao pensarmos nos temas que circundam este estudo, nos apropriamos de uma determinada metodologia baseada em conjuntos gráficos, que aqui serviu para dimensionarmos e identificarmos as conexões, os eixos temáticos que alicerçam o marco teórico. Aplicamos essa teoria dos conjuntos (Figura 1) da matemática e suas intersecções, conteúdos que contém e estão contidos, não com a pretensão de inovar ou apresentar uma fórmula científica que sustente as escolhas definidas, mas como um ponto de partida balizador didaticamente compreensível a todos para as temáticas que pretendemos trazer às discussões.

Não é aqui nossa intenção estabelecer fielmente que questões temáticas contém ou aonde elas estão contidas – esta figura que criamos na fase de definição do marco teórico, apenas expressa a organização das ideias, servindo de inspiração e não propriamente como um mapa fiel a nos orientar. Também, com isso, não pretendemos estabelecer verdades absolutas com relação a que temas serão colocados sobre a mesa e quais deixarão de ser abordados, até porque uma pesquisa é feita de escolhas limitadas e, apesar de todo o objetivismo que pretendemos aqui demonstrar – sustentado com o aporte teórico e com a metodologia nas análises – as próprias escolhas do pesquisador nascem de questões subjetivas, como bem sabemos.

Figura 1 – Algumas teorias envolvidas na pesquisa



Logo, estabelecemos os eixos temáticos, a partir então, deste exercício dos conjuntos que ficou assim definido: em um conjunto maior, mais abrangente, estabelecemos o conceito da pós-verdade e sociedade em midiatização onde há circulação de sentido dos discursos. Em um anel menor, levantamos a questão da mídia: o descrédito da mídia, a polarização política e as instituições como o estado. Destes tópicos, abordaremos no corpo do texto a polarização política que é característica do discurso. No círculo menor identificamos as redes sociais digitais que, como veremos, mereceram um subcapítulo próprio. Dentro deste círculo ainda identificamos outros temas que julgamos fundamentais e entraram no arcabouço textual: desinformação, fake news e fact-checking que compõe, respectivamente, o corpus e um dos recursos metodológicos utilizados. Feitas as devidas observações, vejamos os aspectos abordados em cada um dos capítulos.

O item 2 desenvolve uma compreensão de como a crescente expansão dos meios de comunicação, permeados pelas novas tecnologias, muda nossa construção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais. Alguns autores se referem a esse momento como sociedade em processo de midiatização. Seguindo o nosso gráfico de conjunto, abordaremos a circulação de sentido na sociedade em midiatização (aqui serão abordados pelos pesquisadores Verón, Neto, Braga e Gomes). É importante revisarmos os conceitos levantados pelos quatro pesquisadores para entendermos que as novas formas de relacionamento com os meios de comunicação, com a tecnologia dos novos meios, revelam os processos de transformação social e cultural, os quais estamos vivenciando e nos quais as fake news ganham espaço e importância.

Para Gomes (2016) o desenvolvimento dessas tecnologias faz com que a humanidade atinja um patamar diferenciado experimentando uma mudança no seu modo de pensar e agir e esse salto constitui a noção de era da sociedade em midiatização, termo usado pelos investigadores em comunicação social sobretudo na maior parte da Europa e na América Latina. De acordo com Braga (2012), não é uma mera imposição de uma indústria cultural que utiliza meios tecnológicos de comunicação sobre a sociedade, mas sim porque esta sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional é o motivo pelo qual que estas se desenvolvem – na engenharia e na conformação social.

Nesta discussão meramente ilustrativa, torna-se evidente que a midiatização é um tema abrangente e complexo, ainda em discussão por pesquisadores da área,

mas que traduz diretamente as mudanças do cotidiano social e suas consequências e, portanto, serão fundamentais para compreendermos o cenário em que está inserido o objeto desta pesquisa.

Assim, partimos do pressuposto que a propagação de fake news no contexto do Covid-19 e, conseqüentemente, as publicações do próprio presidente Jair Bolsonaro e seus aliados políticos, ocorre no contexto da sociedade em midiatização, em que diversas lógicas ultrapassam o controle da produção jornalística assim como na recepção de discursos e simbolizações, faz-se seguir adiante aquilo que se recebeu, em uma constante circulação de sentidos em fluxos sempre contínuos.

Dialogando com esse processo de circulação de sentido de fluxo adiante na sociedade em midiatização, abordaremos também outro conceito importante: o de sociedade de plataformas em que o mundo estaria conectado. Van Dijck (2018) afirma que as plataformas organizam fluxos de dados, interações econômicas e trocas sociais entre usuários da internet, numa categorização macro em que estariam não só inseridas as redes sociais, mas todos os tipos de relações. O objetivo desta discussão é compreendermos como a midiatização influencia não só na comunicação entre as pessoas, mas em novos ambientes digitais.

As redes sociais, os fenômenos da conversação em rede e as fake news serão abordadas neste capítulo com a disseminação do uso e importância das redes sociais digitais. Nestas redes estão presentes fenômenos as conversações nas redes sociais. Apresentaremos e discutiremos cada um dos fenômenos presentes nas conversações em rede: filtros-bolha, câmara de ressonância ou eco, algoritmos e robotização – importantes o entendimento e também como elemento a ser estudando no corpus quando fizermos a análise de rede. Encerrando esta parte, abordaremos a polarização do discurso nas redes sociais, sobretudo no âmbito da política, e a questão da robotização – que contribui para a disseminação de desinformação nas redes sociais digitais.

No terceiro item, destacaremos o conceito de pós-verdade– assim estabelecida por Zarzalejos (2017, p.12): “(...) relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emotivo”. Para Barbosa (2017) o termo “pode ser entendido como uma dissimulação da verdade, uma racionalização que usa ferramentas, como as ideologias ou o posicionamento político, para colocar a crença num patamar superior à verdade”. Utilizaremos também como base teórica, artigos e publicações de Wichowski (2017) que discute

conceito de pós verdade e o impacto deste fenômeno na comunicação. Também sobre pós-verdade faremos conexões teóricas com alguns autores latino-americanos como Rosales (2017), Serra (2016), De Angelis (2017), Médran (2017), Berckemeyer (2017), Medeiros (2017), Townsend (2017) e Prego (2017).

Neste capítulo afunilaremos a mirada a este aspecto relativizador para questões mais pontuais como a contestação de conhecimentos antes sólidos. Neste sentido Dáncona (2017, p.20) afirma que existe uma tendência global cujo cerne é o desmoronamento do valor da verdade. Segundo ele, “os especialistas são difamados como um cartel mal-intencionado, em vez de [serem considerados] uma fonte de informações verificáveis”. Na pós-verdade algo extremamente grave ocorreria: a contestação de fatos científicos, pelo viés da política, ou melhor, por políticos e, neste caso, membros do Governo Bolsonaro.

Utilizaremos também como base teórica, uma entrevista de Wichowski (2017) ao programa Um Brasil Entrevista, da Fecomércio SP, por ser esta uma das principais pesquisadoras da temática pós-verdade na atualidade. Neste exercício prévio de entender a temática, transcrevemos os 24 minutos de entrevista¹⁹ de Wichowski e extraímos os trechos mais significativos para discutir a temática pós-verdade e fake news, principalmente na política na “Era Trump” que se assemelha em vários aspectos à política de Bolsonaro.

Wichowski (2017) explica que as pessoas ignoram fatos e a realidade em favor de suas opiniões ou perspectivas pessoais de um fato, pois é mais fácil achar a “verdade” que lhes é convenientes. A autora reconhece o quão ruim a Era da Pós-verdade está sendo para a democracia, a pós-verdade é “muito conveniente aos políticos (...) é algo ruim para a democracia pois faz com que seja mais fácil (ao governante) mentir sem ser pego”. Wichowski (2017) afirma ainda que:

A maioria das pessoas que consomem a informação apenas pela internet, não fazem uma leitura na íntegra, contentando-se apenas com a manchete e o primeiro parágrafo, quando muito, não permitindo reflexão e assimilação completa do assunto. E também, como sempre se está à procura de informações que confirmem o que se acredita, as pessoas gostam de estar certas, de forma que a disseminação da internet facilita o encontro de dados que confirmem as crenças e os valores individuais.

¹⁹ Disponível em <https://www.fecomercio.com.br/video/a-nao-ser-que-joguemos-fora-nossos-telefo-temos-que-descobrir-como-lidar-com-o-fato-de-que-estamos-sendo-inundados-com-manchetes-o-tempo-todo-a>, acessado em 26 de abril de 2020.

A partir destas observações já antevemos a gravidade desta prática e a nocividade para o processo democrático de países como o Brasil, onde as *fake news* reverberam

Ainda neste item 3 nos debruçaremos sobre as *fake news* nas redes sociais: um conceito que se torna relevante para análise é a "pós-verdade", já que nos últimos anos tal termo foi intrinsecamente relacionado a propagação de *fake news*. As redes sociais são o palco da disseminação de um dos principais produtos da era da pós-verdade: as notícias falsas e a discussão sobre o potencial impacto na política e na vida da sociedade. Essa tendência ocorre, pois, na atualidade, os indivíduos tendem a compartilhar notícias fundamentados principalmente pelas suas crenças pessoais.

Diante do exposto, vamos apresentar inicialmente este conceito através de definições e caracterizações, trazendo à luz das teorias mais significativas, sobretudo as norte-americanas. Também aqui traremos um panorama histórico sobre a disseminação das *fake news* na Era da desinformação, das eleições norte-americanas à eleição presidencial brasileira que catapultou Jair Bolsonaro ao maior cargo público eletivo do País. Nestes dois momentos históricos a propagação de notícias falsas esteve presente em um processo eleitoral tomado pela polarização discursiva e disseminação de *fake news* concentrada a atacar os opositores na disputa eleitoral, sobretudo nas redes sociais digitais.

Emerge deste cenário, o papel da mídia tradicional, do jornalismo, no combate às *fake news* com o aparato do *fact-checking* e a articulação de vários veículos em um esforço coordenado para combater a desinformação. Abordaremos o trabalho de checagem de três mecanismos no Brasil: Lupa, Fato ou Fake do Portal G1 e Projeto Comprova. E por fim, neste capítulo, discutiremos conceitos e caracterização das *fake news* no contexto da crise do Covid-19 que gerou a expressão "infodemia", sobretudo no posicionamento da Organização Mundial da Saúde frente ao turbilhão de informações inverídicas que ameaçaram a saúde das pessoas.

No item 4 analisaremos a circulação das *fake news* no Governo Bolsonaro durante a pandemia. Neste sentido, iniciaremos o tópico com a abordagem do bolsonarismo e discutiremos as micro crises sócio-políticas ao longo do primeiro ano de Governo a fim de contextualizar nosso problema de pesquisa com elementos prévios. Crise sócio-política que desenrolou também durante a pandemia por

meio do embate polarizado do discursos negacionistas contra a OMS e os governadores e prefeitos que se posicionaram em favor de medidas de isolamento e proteção social. Contextualizaremos a circulação de sentido em fluxo adiante por meio de uma linha temporal onde abordaremos as *fake news* do governo Bolsonaro propriamente ditas. Desta forma, apresentaremos as proposições metodológicas para análise do nosso objeto, a relação dos conceitos apresentados com o objeto e a delimitação do corpus de pesquisa no espaço e no tempo.

Para definição das *fake news*, faremos um recorte nas redes sociais e nas principais declarações dos agentes do governo na mídia tradicional, adicionando o próprio *fact-checking* das principais agências e dos veículos de imprensa como ferramenta integrante da metodologia, em primeiro lugar como fonte das próprias declarações e postagens do Governo Bolsonaro, e em segundo lugar como definidor de que tal informação propagada de fato se constitui em *fake news*. Nos casos de declarações que não passaram pelo crivo do *fact-checking*, nos propusemos a elaborar a checagem, cruzando informações divulgadas na própria mídia para a complementação do roll de conteúdo desinformativo a ser objeto de análise.

Por meio deste recorte faremos, em um primeiro momento, a análise da tipologia de cada *fake news* abordada para mapearmos como circularam os sentidos produzidos, dentro dos sete tipo definidos por Wardle (2017). Em um segundo momento, partiremos para analisar as recorrências do conteúdo desinformativo, aplicando categorização (Bardin 1977).

Contextualizados os tópicos teóricos e metodológicos que abordaremos ao longo da dissertação, daremos início ao referencial teórico a partir de um assunto chave: a circulação de sentido na sociedade em midiatização que também nos dará aportes de como circula o sentido no ambiente digital.

2 A CIRCULAÇÃO DE SENTIDO NA SOCIEDADE EM MIDIATIZAÇÃO

A intenção deste capítulo é situar o discurso de Bolsonaro no contexto da sociedade em midiatização, visto que a dissertação tem interesse na circulação de sentido em fluxo adiante, mobilizada pelas postagens, falas e declarações do presidente na pandemia da Covid-19. Iniciaremos as discussões em torno dos conceitos, fazendo uma breve apresentação da sociedade em midiatização, o que seja essa denominação e do que trata a temática. Abordaremos neste capítulo também os conceitos e esquemas de midiatização, uma discussão teórica necessária à luz dos autores Verón, Neto, Braga e Gomes.

Estamos em um novo ambiente pós-industrial caracterizada por uma mudança no modo de ser e atuar em sociedade. Diante disso, é necessário desenvolver uma compreensão de como a crescente expansão dos meios de comunicação, permeados pelas novas tecnologias, muda nossa construção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais. Alguns autores se referem a esse momento como sociedade em processo de midiatização. Revisaremos, portanto, os conceitos levantados pelos quatro pesquisadores para entendermos que as novas formas de relacionamento com os meios de comunicação, com a tecnologia dos novos meios, revelam os processos de transformação social e cultural, os quais estamos vivenciando e nos quais as *fake news* ganham espaço e importância.

Mas o que é sociedade em midiatização? Trazemos aqui uma reflexão inicial: a comunicação midiática é a configuração resultante de articulação entre dispositivos tecnológicos e condições específicas de recepção, configuração que estrutura o mercado discursivo das sociedades industriais, conforme defende Verón (1997, p. 14).

2.1 SOCIEDADE EM MIDIATIZAÇÃO

Historicamente, o termo midiatização surge pela primeira vez na Argentina há três décadas em seminário sobre as transformações dos ambientes de telejornais conforme nos relata Fausto Neto (2018, p. 77), ao ressaltar o reconhecimento da existência de novos coletivos que já não tinham uma relação de meros espectadores

de TV, num contexto interacional em os apresentadores menos ventríloquos e mais expressivos, estabelecendo com isso, um novo contrato de leitura fundado a partir da opinião, das dúvidas dos apresentadores.

Gomes (2017, p. 128) afirma que as mídias são os meios que desempenham o papel de dispositivos anunciadores de informação. “Nela se percebe um processo de significação, que, contempla a construção do discurso nas suas diversas configurações – tanto construções verbais como não verbais (por imagens, gestos e ações)”. Gomes (2016, p.4) ressalta que o termo mídia se difundiu nos Estados Unidos como sinônimo de cada meio em particular. Daí que, na publicidade, fala-se de mídia impressa, mídia televisionada, mídia eletrônica etc.

Então, a comunicação midiática é essa configuração resultante de articulação entre dispositivos tecnológicos e condições específicas de recepção, configuração que estrutura o mercado discursivo das sociedades industriais, conforme defende Verón (1997, p. 14). Braga (2012, p. 35), no entanto, não entende que midiatização corresponda a uma ampliação do predomínio da indústria cultural sobre a sociedade nem restringe o termo à penetração tecnológica na comunicação:

É claro que se trata de um insumo relevante, merecedor de pesquisa e reflexão – mas entendemos que os processos comunicacionais associados não decorrem simplesmente da invenção tecnológica. É preciso um componente diretamente social no processo. Sobre a tecnologia disponibilizada é preciso ainda que se desenvolvam intervenções sociais de direcionamento interacional (...) é porque a sociedade decide acionar tecnologia em um sentido interacional que estas se desenvolvem – na engenharia e na conformação social (Braga, 2012, p. 36)

A comunicação midiática atravessou os anos e se encontra hoje numa situação de mudanças aceleradas, como resultante da emergência de novas tecnologias e demandas. Para Verón (1997, p. 14), a partir de certo ponto, “a comunicação midiática gera um processo de midiatização das sociedades industriais”.

Desta forma, a dinamização desses processos midiáticos vai fornecendo condições para o surgimento do cenário da midiatização, transformando a sociedade em uma nova ambiência. Compreender a midiatização como um novo modo de ser no mundo implica reconhecer a complexidade do momento, conforme aponta Gomes (2017, p. 126):

A realidade da sociedade em processo de midiatização permite diversas interpretações, todas partindo do fato de que a sociedade se constitui por meio da comunicação. O conteúdo da comunicação é a expressão da vida dessa sociedade (...)o resultado é o compartilhamento de vivências entre as pessoas de todas as gerações.

Para Gomes (2016, p. 18) não é somente a comunicação que é potencializada:

(...) não são apenas as possibilidades de comunicação, por meios tecnológicos extremamente sofisticados, que caracterizam o contexto atual, mas a sofisticação tecnológica, amplamente utilizada pelas pessoas desde a mais tenra idade, cria um novo ambiente matriz que acaba por determinar o modo de ser, pensar e agir em sociedade. A esse ambiente matriz designamos de “sociedade em midiatização.

A sociedade está no limiar da construção de um novo modo de ser no mundo e essa análise, para Gomes, do processo de desenvolvimento humano, parte de um entendimento sistêmico, de complexidade que não analisa o indivíduo, portanto, isolado – olha o contexto das relações em que a mídia tem papel enunciador de informação, mas também essa mesma mídia se relaciona com o processo de significação e com os processos socioculturais.

No contexto latino-americano, como destaca Fausto Neto (2018, p. 58), a midiatização segue outras temporalidades, através das operações que envolvem articulações de velhos e novos meios, seja ainda por duas afetações sobre o funcionamento social, convertendo-lhes, assim, em objeto de investigações. Neste sentido Braga (2012, p. 32) reforça que a visão objetiva de mídia de massa no contexto da indústria cultural, que antes era vista como mera mediadora diante de uma sociedade passiva e exposta à sua influência, foi superada com a introdução de uma visão mais relacional que vira as atenções dos estudos em Comunicação centrados nos meios às mediações, agora à midiatização. Para Braga (2012, p. 33) “essa percepção é relevante, não apenas porque começa a fazer perceber os processos midiatizados”

Partindo dos estudos de Martin-Barbero situados a partir da década de 1980, Braga utiliza-se do conceito de que o comunicativo é um protagonista social muito forte e importante, inseridos no processo tecnológico e social para dizer que outros participantes que não só a indústria cultural, agora ocupam espaços de produção e difusão de conteúdo. Neste sentido, Braga (2012, p. 34) afirma que “ao mesmo

tempo em que a questão comunicacional se torna presente e fundante para a sociedade, os processos sociais se midiaticizam – no sentido de que tornam diretamente iniciativas midiaticizadoras”.

Muitos estudos em Comunicação que, no princípio, questionavam a influência negativa dos meios de comunicação na sociedade, questionando a prejudicialidade à autonomia do ser, a afetação das identidades culturais de determinados ambientes, agora já não podem considerar “a mídia” como um corpo estranho na sociedade. Conforme Braga (2012, p. 35):

Com a midiaticização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade (...) Assim, hoje, o que atrai fortemente nossa atenção são esses processos – cujas ações não se restringem ao objeto “meios” ou ao objeto “receptores e suas mediações”, mas os incluem, a ambos, em formações muitíssimo diversificadas e ainda articulados a outras formações.

Portanto, a midiaticização não está situada somente nas tecnologias em si, mas na sua transformação em meios e nas apropriações das técnicas e lógicas midiáticas, tanto por produtores como pelos receptores de discursos. A partir dos novos vínculos entre essas duas estruturas comunicacionais, receptores e produtores tornam-se operadores de sentidos na extensão da organização social, característica que era relacionada anteriormente apenas à produção. No subcapítulo a seguir veremos como se dá essa operação de sentido por meio da circulação em fluxo adiante.

2.2 CIRCULAÇÃO DE SENTIDO: FLUXO ADIANTE

“A expansão da midiaticização como um ambiente [...]”, conforme Fausto Neto (2008, p. 93), propicia a todos estar no mesmo patamar, ou seja, com os novos modos de vida em evidência, as tecnologias vistas como meios e as interações afetadas por novas estratégias organizativas, produtores e receptores podem participar ativamente da narrativa dos acontecimentos. Veremos mais adiante esse movimento na circulação de sentidos das *fake news* do governo Jair Bolsonaro e seus aliados.

As novas operações discursivas no âmbito das práticas sociais modificam as interações entre produtores e receptores de sentidos na sociedade em mediação. As fronteiras, antes bem demarcadas, diluem-se “[...] na medida em que os receptores são crescentemente instalados no interior do sistema produtivo, enquanto co-operadores de enunciação.” (FAUSTO NETO, 2008, p. 100). Essas novas possibilidades de articulações na interação entre produtores e receptores.

[...] encontram na autonomia das mídias um fator combinatório para dinamização desses protocolos, uma vez que a autonomia estaria proporcionando ao campo da mídia expandir novas operações interativas com os receptores. Tal compartilhamento estaria reformulando as lógicas até então assentadas em princípios assimétricos e de ordem complementar, uma vez que a competência de produção de enunciação dos discursos midiáticos era confiada à sua instância producional. (FAUSTO NETO, 2008, p. 100-101).

Isso quer dizer que há diversos fluxos de circulação em um processo comunicacional e que são construídos por diferentes produtores de sentidos. Esses sentidos estão em constante disputa e conforme seguem adiante na circulação, pelos receptores que também são produtores, continuam em disputa, sendo o embate ou a negociação sobre as significações que dará continuidade ao processo de circulação.

Para Braga (2012, p. 37) o conceito de mediação ainda está em fase de construção dentro de uma perspectiva interacional, de movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia. O autor trabalha com o conceito de circulação de mensagens posterior à recepção, partindo do pressuposto que os receptores são ativos e percorrem por diversas mídias migrando em seus contatos com as mesmas. Braga (2012, p. 39) também propõe ir além das relações diretas entre produção / recepção:

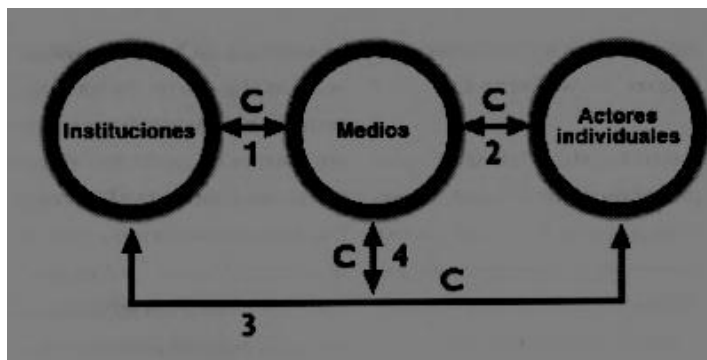
Importa o fato de que este último (receptor) faz seguir adiante as reações ao que recebe. Isso decorre não apenas da presença de novos meios, mas também de que os produtos circulantes da “mídia de massa” são retomados em outros ambientes, que ultrapassam a situação de recepção (o espectador diante da tela).

A circulação de sentidos é fomentada não só a partir de novas lógicas como também o seu fluxo sempre adiante ocorre de diferentes maneiras, seja entre duas pessoas conversando pessoalmente ou várias pessoas discutindo em um grupo localizado no Facebook. Com isso, esse fluxo adiante, segundo Braga (2012, p. 41),

nas redes sociais é mais abrangente. Sendo assim, não se pode definir pontos claros iniciais nem de chegada por conta de que produção e recepção não são instâncias separadas. Nesse contexto em rede, as interações definem outros papéis aos participantes.

Verón (1997, p. 14) parte de um esquema simples do que seria o marco conceitual de uma reflexão global sobre a midiatização. O esquema é um sistema não linear, assim como a ideia de Braga quando contextualiza a midiatização no campo das redes sociais. É com essa representação gráfica que o autor quer explicar o seu significado, não como um modelo teórico mas como um esquema que permite identificar alguns aspectos importantes deste complexo fenômeno.

Figura 2 – Esquema proposto por Verón



Fonte: Verón (1997).

Vemos na Figura 2, três círculos centrais e de valor equitativo para a análise: instituições, meios e atores individuais que se interligam por flechas bidirecionais, como um circuito de *feedback*.

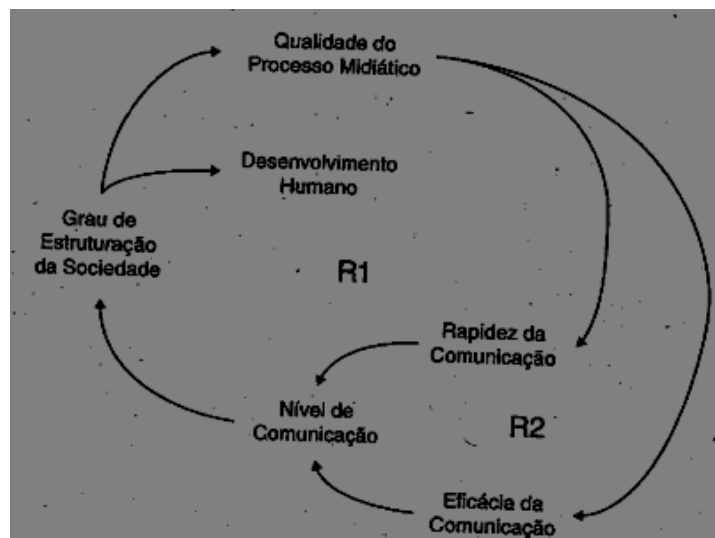
Verón observa que os meios também seriam instituições, mas com uma centralização quando se trata de midiatização. No esquema, as instituições representariam as múltiplas organizações e ordenamentos da sociedade que não são meios, enquanto que os atores seriam individuais, membros sociais e não coletivos, inseridos em complexas relações sociais. As letras “C” associadas às flechas bidirecionais designariam os coletivos em construção. “Se os atores são individuais é precisamente porque a produção dos coletivos que geram quadros identitários que agrupam os atores individuais”, afirma. Essa noção de coletivo, para Veron, é exemplificada pelos cidadãos de uma democracia e os consumidores de um mercado.

Haveria, portanto, quatro zonas de produção de coletivos nesse esquema: a relação dos meios com as instituições; dos meios com os atores; relação das instituições com atores individuais e os meios que afetam a relação entre instituições e atores. E além dessas zonas haveria também a relação de cada ator consigo mesmo. Ou seja, para Verón (1997), midiaticização não designaria outra coisa senão a troca social das sociedades pós-industriais. Para o autor, hoje, experimentamos uma hiper-midiaticização. Esse qualitativo “hiper” remete não só a uma volta a mais no parafuso no processo de midiaticização, mas também no caráter planetário do processo no contexto da internet e das novas tecnologias.

Gomes (2017, p. 128) vai mais além e propõe um mapa sistêmico para olhar o mundo em processo de midiaticização. Para ele mapa sistêmico “é uma expressão gráfica inter-relacionamentos entre os diversos elementos envolvidos nos processos sociais (...) procura mostrar a sociedade na sua dinâmica de comunicação, evidenciando a relação entre o contado e o resultado; mais: verificando a assertiva inicial de que o processo comunicacional envolve, no todo, um processo de pensamento sistêmico.

Para o autor as relações, inter-relações, correlações, conexões e interconexões ocorrem num movimento de dupla mão, assim com o esquema de Verón, mas com três pólos diferentes do processo midiático: mídia, processo de significação e processos culturais que juntos gerariam o fenômeno dos processos midiáticos.

Figura 3 – Esquema proposto por Gomes



Fonte: Gomes (2017).

Segundo a lógica proposta por Gomes (2017, p. 130) na Figura 3, existiria a circulação, diferente da proposta por Braga, que se estruturaria em conexões e interconexões que se desenvolvem no marco das relações sociais para que a comunicação aconteça de forma rápida e eficaz. “São as relações de R1 e R2 que expressam os processos de circulação, cuja complexidade vai dando origem a uma sociedade em midiatização”, afirma Gomes (2017, p. 132).

Nesse esquema R1 significa que iniciaria o processo e R2 seria o ponto de chegada e de partida para que a circulação continue, num movimento onde não se pode identificar o seu início. “O resultado é a constituição de um ambiente novo que possibilita um novo modo de ser no mundo”, explica acrescentando ainda o fator das novas tecnologias neste contexto.

Com o advento da tecnologia digital, essas inter-relações se tornaram complexas e se ampliaram, criando uma nova ambiência. O processo humano de comunicação é potencializado, na sociedade contemporânea, pela sofisticação de seus meios eletrônicos. Desse modo, os inter-relacionamentos comunicacionais, bem como os processos midiáticos, ocorrem no cadinho cultural da midiatização. (Gomes, 2016, p. 17)

A midiatização abrange, para Gomes (2017, p. 134 e 136), dois processos simultâneos e dialéticos:

De um lado é fruto das consequências das relações, inter-relações, conexões e interconexões da utilização pela sociedade dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital. De outro significa um novo ambiente social que incide profundamente nessas mesmas relações, inter-relações, conexões e interconexões que constroem a sociedade contemporânea.

Desta forma, a sociedade está em processo de midiatização, assim como o ser humano. O estudo da midiatização supera questões que se limitavam às dimensões instrumentais clássicas dos meios de comunicação e seus processos de emissão, recepção, mensagem e *feedback*. Quando abordamos as teorias e estudos acerca da midiatização, encontramos um terreno fértil em formação porque a sociedade e seus processos estão em transformação diante do avanço novas tecnologias voltadas para a comunicação.

A midiatização só é perceptível se for vista sob vários ângulos, os quais envolvam elementos relacionados à tecnologia, aos indivíduos e às estratégias. Esquemas, sistemas que explicam os atores, os processos internos, mecanismos de

funcionamento e o fluxo da comunicação são usados para ilustrar esse novo momento, o da sociedade em midiatização. A midiatização é um processo complexo de escala global no qual essas tecnologias, as técnicas, as lógicas, as estratégias e as linguagens das mídias passam a fazer parte das dinâmicas dos vários campos sociais.

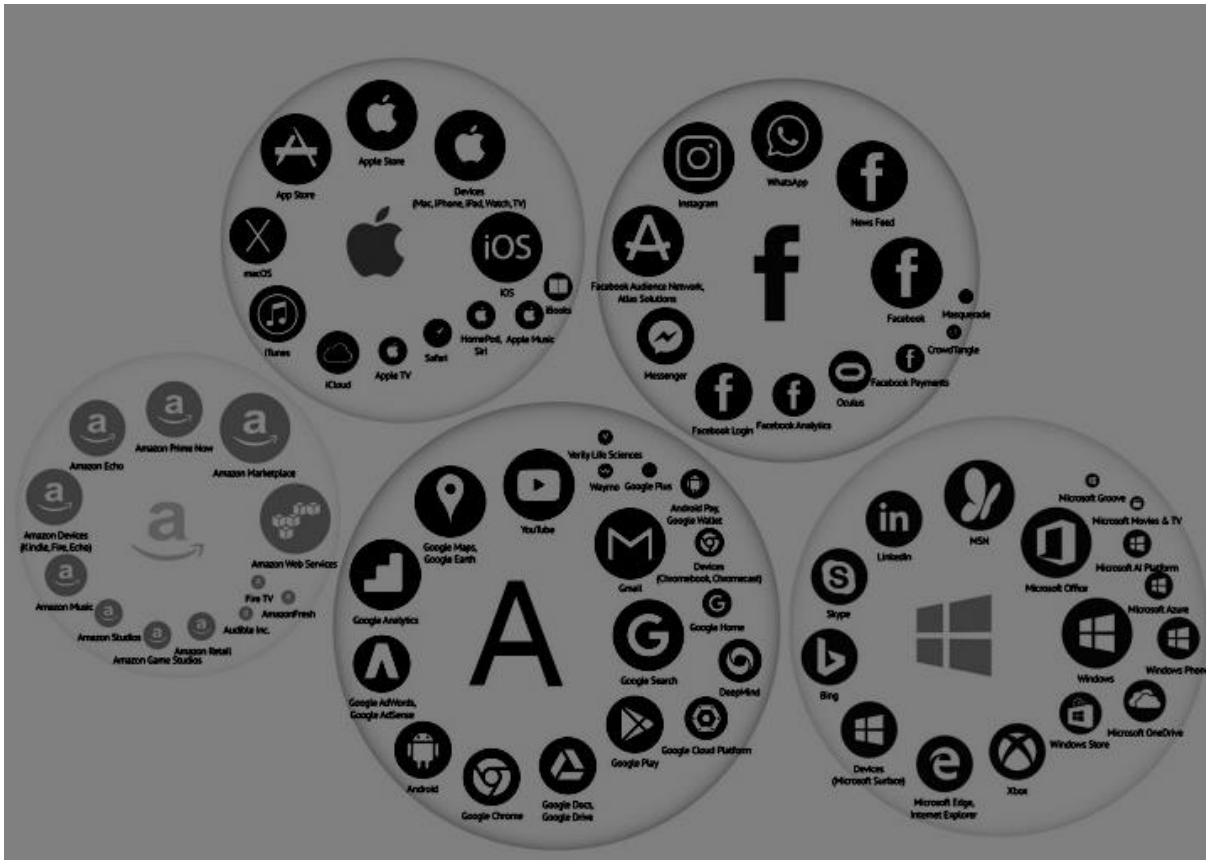
Como efeito, os atores sociais acabam reconfigurando seu modo de estar no mundo e são condicionados a uma nova experiência. Mas não é apenas isso: a uma nova forma de existência social; a novos vínculos; a novos modos de agir, acolher significados e produzir sentidos; a novas estruturas para perceber e pensar o real; a novos mecanismos de tomadas de decisão; e a novos meios de interagir e de comunicar.

Todas estas questões ligadas à midiatização dialogam com um tipo de sociedade que se relaciona em uma nova ambiência digital baseada em grandes plataformas tecnológicas como veremos no próximo tópico.

2.3 SOCIEDADE DE PLATAFORMAS

Van Dijck (2016) traz um conceito importante, o de sociedade de plataformas em que o mundo estaria conectado: “um site online que se vale de tecnologias automatizadas e modelos de negócio para organizar fluxos de dados, interações econômicas e trocas sociais entre usuários da internet”. A sociedade de plataformas seria uma consequência desta sociedade em midiatização? Pretendemos trazer esta reflexão como possibilidade para que compreendamos como a midiatização influencia não só na comunicação entre as pessoas, mas na existência de novos ambientes digitais em que há intensa circulação de sentido.

Figura 4 – Serviços de infraestrutura fornecidos pelas plataformas



Fonte: Van Dijck (2018).

Na abordagem da teoria das plataformas, Van Dijck (2016) denomina este seletivo grupo de *Big Five*. Segundo a autora, a maioria das plataformas de infraestrutura pertence e é operada pelas *Big Five* (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, que são abreviadas como o grupo 'GAFAM') e fornecem a espinha dorsal estrutural do ecossistema da plataforma na qual muitas plataformas e aplicativos podem ser estabelecidos.

Desta forma, cinco grandes companhias abarcariam os maiores plataformas de serviços globais (Figura 4). Van Dijck aponta que “virtualmente todas as plataformas fora da constelação das cinco grandes dependem do ecossistema dos serviços de informação de infra-estrutura”. (p. 26) Por exemplo, o aplicativo Airbnb incorpora o Google Maps como um recurso padrão em sua interface; também incorpora a identificação do Facebook e dos serviços do Google para “limpar” *hosts* e convidados.

Como indicam alguns autores, os aplicativos nos trouxeram a promessa de oferecer serviços personalizados e contribuir para a inovação e o crescimento

econômico, ignorando com eficiência organizações, regulamentos pesados e despesas desnecessárias e, desta forma, se prestam a intermediar as relações que antes eram, em sua maioria, físicas.

E esta nova forma de se relacionar no mundo, mediatizada, implica em muitas consequências. Os autores concordam que as plataformas online estão no centro de um desenvolvimento importante, mas pensam nelas nem como um fenômeno econômico exclusivo nem como um tecnológico capaz de construir com corolários sociais.

Em vez disso, preferimos uma visão abrangente de um mundo conectivo onde plataformas penetraram o coração das sociedades – afetando instituições, transações econômicas e práticas sociais e culturais – forçando, portanto, governos e estados a ajustar suas estruturas legais e democráticas. (Van Dijck, 2016, p. 13)

Desta forma o termo "sociedade de plataformas" enfatiza que as plataformas são um parte integrante da sociedade, onde atualmente existem conflitos de interesse em vários níveis e isso não pode ser ignorado. Van Dijck (2016, p. 16) afirma que “a ascensão da sociedade de plataforma pode ser caracterizada como uma série de confrontos entre diferentes sistemas de valores, contestando o equilíbrio entre e interesses públicos e privados”. E vai além: “as implicações da plataforma muitas vezes vão além do nível local, afetando o bem-estar de uma nação e sua ordem sociolegal” (VAN DIJCK, 2016, p. 36). Eles questionam quais interesses servem a atividade de uma plataforma, quais valores estão em jogo e quem se beneficia dela. “Uma sociedade de plataforma não é um dado, mas um arranjo social em evolução dinâmica onde os valores públicos são constantemente moldados por diferentes atores” (VAN DIJCK, 2016, p. 37)

Estes interesses obscuros são tratados por Pascuale (2015, p. 12) quando se refere às “caixas pretas” – o termo metafórico pode se referir a um dispositivo de gravação, como os sistemas de monitoramento de dados ou pode significar um sistema cujo funcionamento são misteriosos onde podemos observar suas entradas e saídas, mas não podemos dizer como um se torna o outro. Ele afirma que por meio de softwares e aplicativos “enfrentamos estes dois significados diariamente: somos rastreados cada vez mais de perto pelas empresas e pelo governo, não temos ideia de quão longe essa informação pode viajar, como é usado ou suas consequências”.

Tudo o que fazemos online é gravado; as únicas perguntas deixadas são para quem os dados estarão disponíveis e por quanto tempo. O software pode nos proteger do anonimato por um tempo, mas quem sabe se tentar se esconder não é, por si só, a última bandeira vermelha para autoridades vigilantes? (PASCUALE, 2015, p. 12)

Estas caixas-pretas são elementos de uma nova ambiência que redefiniu as relações entre as pessoas, agora conectadas em redes digitais. No subcapítulo seguinte trataremos destas redes sociais digitais e alguns fenômenos presentes nas conversações.

2.4 REDES SOCIAIS DIGITAIS

Estudar a circulação de informações em rede envolve analisar os processos através dos quais as informações são repassadas de um indivíduo a outro, ou de um grupo de pessoas a outro (RECUERO, 2009). Mas antes de discutir os elementos constituintes das redes sociais, é preciso definir o que são redes sociais. Redes sociais na Internet são constituídas de representações dos atores sociais e de suas conexões. A definição defendida por Recuero (2009, p. 4) propõe que:

(...) rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados, complexificados e modificados a cada nova pessoa que conhecemos e interagimos.

Segundo a autora, essas representações são, geralmente, individualizadas e personalizadas.

Ora, é apenas por conta desta mediação específica que é possível a um ator ter, por exemplo, centenas ou, até mesmo, milhares de conexões, que são mantidas apenas com o auxílio das ferramentas técnicas. Assim, redes sociais na Internet podem ser muito maiores e mais amplas que as redes offline, com um potencial de informação que está presente nessas conexões (...) Quando falamos em redes sociais na Internet estamos, ainda, limitando um espaço no qual focaremos o fenômeno. Assim, por exemplo, o Orkut pode representar diversas redes sociais que são constituídas pelos atores que ali se cadastram e interagem. (RECUERO, 2009, p. 3)

As redes sociais, segundo a autora, se diferem dos sites que as suportam:

Enquanto a rede social é uma metáfora utilizada para o estudo do grupo que se apropria de um determinado sistema, o sistema, em si, não é uma rede social, embora possa compreender várias delas. Os sites que suportam redes sociais são conhecidos como “sites de redes sociais”. (RECUERO, 2009, p. 3)

A mediação da Internet, também proporciona um fator importante apontado por Recuero (2009) como a complexificação da interconexão entre os indivíduos. A Internet propicia, assim, que as conexões das redes sociais sejam ampliadas no espaço online. Essas conexões podem ser de dois tipos:

Aquelas emergentes, que caracterizam laços construídos através da conversação entre os atores (que vão gerar as redes emergentes) e aquelas de filiação ou associação, caracterizadas pela manutenção da conexão realizada pelo software ou site utilizados (que vão gerar as redes de filiação). Enquanto as primeiras passam pelo processo de aprofundamento do laço social, as segundas podem jamais ter qualquer interação, exceto no momento de estabelecimento da conexão. (RECUERO, 2009, p. 4)

Tomemos as conversações em rede, não apenas sob ótica da interconexão entre os autores, mas também afetada pela tecnologia, para explorar os seus elementos constituintes no espaço público em rede. Neste sentido, houve mudança do processo de mediação da opinião pública pelos meios de comunicação para mediações tecnológicas dos fluxos de comunicação. Para Recuero (2019, p. 6), “grande parte das ferramentas de mídia social hoje está baseada em algoritmos que buscam construir relevância para o que é publicado através da participação da própria rede”. Ferramentas como o Facebook realizam uma espécie de curadoria do conteúdo, através de algoritmos que decidem o que vai ou não ser mostrado para a rede.

Ainda segundo Recuero (2019, p. 7), “essa combinação da filtragem feita pelos usuários com aquela exercida pelos algoritmos poderia levar a uma personalização da experiência de consumo de informações nos sites de redes sociais”. Desta forma, estas conversações tornam-se suscetíveis a vários elementos como os algoritmos que também se constituem em elemento constituinte desse modo de comunicação em rede. De antemão não se quer dizer que todos esses elementos estejam presentes na totalidade das conversações online, mas, como veremos a seguir, podem ser observados nelas.

A possibilidade de qualquer pessoa publicar informações na Internet é um desafio para o novo jornalismo, principalmente em plataformas como o Facebook. Dentro dessa perspectiva, de acordo com Recuero (2009), os jornalistas “vão atuar com um duplo papel informativo: como fontes, como filtros ou como espaço de reverberação das informações”. Para entender o trabalho jornalístico nas redes sociais é preciso observar uma diferença entre o profissional da comunicação e usuários de redes sociais. Neste sentido, Recuero (2009) afirma que:

(...) enquanto as informações difundidas pelas redes sociais não precisam, necessariamente, ter um valor-notícia ou um compromisso social, como teoricamente, as jornalísticas (ou aquelas produzidas pelos veículos) precisam. Uma informação que circula em uma rede social, por exemplo, pode ter um forte caráter social.

Nas conversações em redes sociais digitais encontramos alguns fenômenos que metodologicamente auxiliam na análise e compreensão dos objetos empíricos de pesquisa. São vários os elementos apontados que nos fazem observar e constatar a existência de características complexas ao redor das conversações políticas nas mídias sociais. Aqui faremos este recorte necessário sobre *gatekeeper*, filtros-bolha, câmara de ressonância ou eco, algoritmos e robotização.

Alguns atuam para concentrar o conteúdo como os algoritmos e criar bolhas como os filtros bolha e o *gatekeeper*. Estes aspectos que serão discutidos demonstram uma variedade de olhares sobre essa conversação na esfera pública em rede que se complementam e abrem outros horizontes de estudos. Utilizaremos algumas pesquisas pontuais e a discussão teórica propostas por elas à luz de alguns autores importantes na atualidade para o entendimento desses elementos constituintes que vamos enquadrá-los ou classificá-los no âmbito dos fenômenos deste tipo de comunicação em redes sociais digitais.

2.4.1 Gatekeeper e filtros-bolha

O trabalho de Recuero, Zago e Soares (2017) sobre “Mídia Social e Filtros bolha nas Conversações Políticas no Twitter”, serve para analisarmos alguns dos mais importantes fenômenos nas conversações em rede. Esse trabalho tem por objetivo explorar as características da circulação de informações na mídia social

diante da possibilidade de formação de filtros-bolha²⁰. Os autores analisam dois conjuntos de dados relacionados a conversações políticas em torno de acontecimentos recentes no País: o impeachment da Presidente Dilma em 2016 e a eleição para Presidente da Câmara de Deputados em 2017 na abordagem do candidato Jair Bolsonaro. O ambiente escolhido para a análise é o do site de rede social Twitter. O método utilizado pelos autores envolve uma combinação de análise de redes sociais com análise de conteúdo, assim como faremos quando enfocarmos o objeto empírico central desta pesquisa.

Mas em nossa avaliação, este trabalho é importante porque tem um olhar específico sobre os elementos constituintes, enquanto fenômenos das conversações políticas nas mídias sociais. E sobre isso os autores nos dão pistas de que o primeiro deles seja o *gatekeeper* da rede e suas percepções e visões que têm um impacto profundo na circulação de informações.

A teoria do *gatekeeper* surgiu nos anos 50, aplicada por David Manning White em um artigo publicado na revista *Journalism Quarterly* – a mais antiga revista acadêmica sobre estudos jornalísticos. White (1973) foi o primeiro pesquisador a utilizar o termo para o jornalismo. A palavra refere-se à pessoa que toma decisões. Para aplicar o conceito ao jornalismo, White partiu basicamente de duas premissas: que a difusão de notícias se faz através de canais ou cadeias e que nessas cadeias existem alguns pontos, portas ou diques por onde as notícias podem passar ou ficar retidas (WHITE, 1973).

O processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” – áreas de decisão em relação às quais o jornalista tem que decidir o que vai ser publicado como notícia ou não. “Se a decisão for positiva, a notícia acaba de passar pelo ‘portão’; se não for, a sua progressão é impedida, o que na prática significa a sua ‘morte’ porque a notícia não será publicada, pelo menos nesse órgão de informação” (TRAQUINA, 2005, pg. 150).

Até pouco tempo havia quem defendesse, por exemplo, que o papel de *gatekeeper* do jornalista acabaria no momento em que os leitores têm acesso direto às fontes pois, dessa forma, a função de “porteiro” passa do profissional para o usuário. Entretanto, a discussão do usuário como *gatekeeper*, atualmente se

²⁰ Espaço em rede onde apenas determinados conteúdos circulam. Essas bolhas tendem a isolar os atores dentro de grupos onde apenas alguns tipos de informação circulam.

transfere para o campo das redes sociais digitais. Num ambiente em rede, esses atores não necessariamente seriam os jornalistas. Na verdade, são pessoas comuns, qualquer pessoa em um menor ou maior grau de influência, que nas redes sociais digitais funcionam como filtros, os *gatekeepers*, com restrição de conteúdo e circulação.

Os recentes estudos de Recuero (2018 e 2019) mostraram que esses atores, quando detêm um alto grau de influência como autoridades e outros tipos de influenciadores, são essenciais para passar credibilidade e "lavar" a origem duvidosa de um conteúdo enganoso. De acordo com a pesquisadora²¹ "quando uma autoridade ou um influenciador repassa um conteúdo falso, ele ganha muito mais força na rede, pois a credibilidade da autoridade/influenciador passa ao conteúdo". (RECUERO, 2020)

A internet liga uma vasta rede de nós, conectando atores muito distantes, desconhecidos e conhecidos, cidadãos e autoridades políticas. Bennett (2012) argumenta que essa organização permite a formação de nós eu-centrados, mas também possibilita que esses nós se liguem incansavelmente a outros, facilitando a produção e distribuição de conteúdo multimídia. Nesse contexto a participação política se dá a partir da ação em rede digital recombinação, tanto por atores sociais quanto por representantes políticos presentes nas redes.

Da interação desses atores, com a rede social seriam criadas bolhas-mecanismos criados para filtrar e refinar informações que atendam especificamente a cada indivíduo, criando-se um universo exclusivo de informação para cada pessoa. Esses filtros-bolha funcionam como mecanismos preditivos, que ao capturar os rastros deixados na rede e obter conclusões sobre interesses, hábitos e preferências, acabam direcionando a atenção a determinados assuntos e comportamentos (PARISIER, 2012). Portanto, o fenômeno do filtro-bolha é apontado como resultado da personalização em excesso das informações e sua circulação.

Essa lógica dá a falsa ideia de opinião pública onde a maioria concordaria por terem opiniões similares nesse contexto de filtro-bolha, uma espécie de redoma assim apresentada por Prego (2017, p. 20) ao exemplificar o caso de uma das redes sociais digitais mais populares na atualidade:

²¹ Disponível em <https://medium.com/@raquelrecuero/desinforma%C3%A7%C3%A3o-e-os-riscos-para-a-pandemia-de-coronav%C3%ADrus-b0de9521d4fe>, acessado em 08 de junho de 2020.

Mais precisamente aí reside o problema, quando plataformas como o Facebook enviam, a cada um, aquelas informações que respondem às suas necessidades e a seus interesses, de modo que o sujeito vive, definitivamente, sob uma redoma ou imerso em uma bolha da qual não precisa e, na realidade, não pode sair. Neste contexto, todos os dados e as comunicações recebidas destinam-se a reforçar os seus hábitos, interesses e opiniões. A exposição a ideias contrárias à sua própria posição, sobre qualquer assunto, consideradas de interesse geral, não existe, porque ou estas ideias não aparecem na sua bolha ou são feitas para serem desacreditadas.

Apontada por Parisier (2012) a consequência disso é a redução do contato com opiniões divergentes e inesperadas, elemento necessário para o desenvolvimento de discussões democráticas, bem como por despertar a disposição dos usuários às novidades. Desse modo, ao não colocar em evidência o que é diferente e estimular a conexão entre semelhantes, esses mecanismos acabam por promover a intolerância. Recuero, Zago e Soares (2017, p. 2). apontam que: “(..) o silenciamento do contraditório pode ter efeitos no posicionamento político e nas próprias instituições democráticas. Esses elementos são particularmente importantes em contextos políticos de crise, como o do Brasil atualmente”.

Mas para entender como os *gatekeepers* e os filtros-bolha funcionam precisamos entender outros elementos ou fenômenos que fazem parte deste mecanismo complexo da conversação como a clusterização presente nas redes sociais digitais.

2.4.2 Algoritmos

Um outro elemento constituinte seria a existência de algoritmos que decidem o que vai ou não ser mostrado para a rede, onde a própria rede dá visibilidade àquilo que considera importante, dando uma certa direção para a informação. Mas para que o processo de filtragem de informações se realize é fundamental que a sociedade participe do ciberespaço e isso gera o reconhecimento de preferências e características de indivíduos que navegam na internet, pois existe uma função algorítmica que arquiva as informações necessárias a partir de duas formas de rastros digitais deixadas pelos usuários (BRUNO, 2013, p. 152).

A primeira delas e menos utilizada pelas empresas é composta por informações sobre nossos dados demográficos e biométricos. A segunda forma é composta por dados próprios da vigilância contemporânea exercida no ciberespaço,

como por exemplo, uso de cartão de crédito, nossos amigos em ambientes digitais, consumo, lazer, declarações de gostos e traços de personalidade (BRUNO, 2013, p. 152). Após filtrar e armazenar os dados, o algoritmo inicia o processo de criação de *profiling*, que consiste em reunir os resultados das análises de comportamento e das características de um indivíduo durante sua navegação na web 3.0 para criar um perfil deste sujeito.

Para agir com mais eficiência, o algoritmo estabelece um mecanismo de comparação de perfis que tem como principal objetivo gerar padrões que são transformados em conhecimentos sobre os usuários (BRUNO, 2013, p. 158). Sendo assim o perfil de um indivíduo é produzido por padrões de navegações e de similaridades apresentados por outros usuários do ciberespaço. A partir do perfil produzido o algoritmo realiza um cruzamento de informações com outros perfis de indivíduos do ciberespaço e cria simulações de identidades com a intenção de transformar o que era somente uma potencialidade em uma probabilidade concreta de indução de cliques.

Nas redes sociais digitais esses algoritmos funcionariam de forma semelhante. É nas mídias sociais, como Facebook e Twitter, entre outras, que vemos a ação do algoritmo em “tempo real”. O algoritmo é desenhado para determinadas funções. Este ponto é muito importante, pois é o esforço do design dos sistemas que nos leva a determinadas condições para a comunicação. O design é intencional. “Tramar”, “simular”, “projetar”, “esquematizar”, “configurar”, “proceder de forma estratégica”, segundo Flusser (2007).

Um exemplo da dinâmica do algoritmo é a formação de bolhas, como já vimos. Para Pariser (2012), o centro da formação da bolha é a atividade do ser humano na interação com a internet, influenciada pelos algoritmos. Segundo Treré (2016) – o que reforça a ideia da não neutralidade das mídias sociais e direcionamento de visualização e acesso de conteúdo, além de limitar o viés do debate político para uma convergência de pensamentos e não para a pluralidade, conforme aponta Pariser (2012).

O algoritmo, portanto, pode ser pensado também enquanto dispositivo de controle, já que se baseia em informações resultantes de ações realizadas pelos indivíduos que podem ser rastreados, analisados e cartografados por indicarem padrões de comportamento. A vigilância sai do âmbito dos corpos e passa para o conteúdo informacional. O poder, nesse caso, é mais difícil de ser localizado porque

se torna mais horizontal, impessoal e disseminado nos nós das redes (COSTA, 2003).

Se pensarmos na teoria da sociedade de plataformas, os algoritmos têm um papel importante nas plataformas on-line. Para Van Dijck (2018, p. 4) o tráfego é cada vez mais canalizado por uma rede global (predominantemente corporativa), um ecossistema de plataforma que é impulsionado por algoritmos e alimentado por dados.

Uma "plataforma" on-line é uma programável arquitetura digital projetada para organizar interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas também entidades corporativas e órgãos públicos. É voltado para o coleta sistemática, processamento algorítmico, circulação e monetização de usuários dados. Plataformas únicas não podem ser vistas separadas uma da outra, mas evoluem no contexto de uma configuração online estruturada por sua própria lógica. (VAN DIJCK, 2018, p. 4)

Diante deste contexto, Pasquale (2015, p. 3) faz uma provocação: “novos hardwares e novos softwares fazem de nós mesmos quantificados, gostemos ou não”.

É que as informações resultantes – uma grande quantidade de dados que até recentemente não eram registrados – é alimentado em bancos de dados e reunidos em perfis de profundidade e especificidade sem precedentes. (PASQUALE, 2015, p. 4)

Desta forma, Pasquale (2015, p.4) afirma que decisões que costumavam ser baseadas em reflexão humana, agora são feitas automaticamente – o software codifica milhares de regras e instruções são computadas em uma fração de segundo. “Esses processos automatizados há muito guiam nossos aviões, executam a espinha dorsal física da Internet e interpretam nossos GPS. Em suma, eles melhoram a qualidade de nossas vidas diárias de maneiras que perceptível” ,afirma o autor. E como isso se daria na prática? Conforma Van Dijck (2018, p. 33), toda atividade de todo usuário pode ser capturada, processada algorítmicamente e adicionada ao perfil de dados desse usuário.

Postando uma mensagem ou comentário, avaliando uma carona ou apartamento, clicando em curtir ou retuitar botão, e seguir, fazer amizade ou não com outros usuários é frequentemente considerado meras atividades sociais; mas também são sinais de dados que permitem às empresas de plataformas perfil das características demográficas, comportamentais e relacionais dos usuários. (VAN DIJCK, 2018, p. 4)

Embora a arquitetura de uma plataforma ofereça um determinado uso e usuários geralmente recebem um conjunto finito de opções possíveis, eles não seriam meros “fantoques” da dinâmica tecno-comercial inscrita em uma plataforma – eles ajudam também a modificá-la, a adaptá-la e a reinventá-la. Através da sua interfaces, algoritmos e protocolos, uma plataforma encena as interações do usuário, incentivando alguns e desencorajando outras conexões – um exemplo é a definição de gênero sexual pelo usuário do Facebook, conforme aponta Van Dijck (2018, p. 5):

Quando o Facebook recebeu muitas críticas sobre sua abordagem binária para solicitar informações sobre gênero e orientação sexual, a empresa respondeu incluindo uma variedade de “outras” opções de identidade, incluindo a possibilidade de os usuários desafiar qualquer categorização. Essa mudança não apenas fez econômico, provocando informações mais refinadas dos clientes, mas também ativamente influenciou as normas sociais expandindo as opções binárias convencionais.

As plataformas de mídia social também nunca são ferramentas neutras, elas tornam certas coisas visíveis, enquanto escondem outras. Para entender os resultados do processo de filtragem algorítmica é necessário entender como várias tecnologias de plataforma em congruência com a economia modelos e práticas do usuário moldam a atividade social nos setores econômicos e esferas da vida. Conforma Van Dijck (2018, p. 32)

Juntos, eles são articulados em três mecanismos de plataforma rotulamos dataficação, comodificação e seleção. A interação entre esses mecanismos pode ser decisivo para os atores envolvidos. Por exemplo, os manifestantes nas histórias acima dependem fortemente da atenção do público. Social a viralidade da mídia pode transformar um pequeno protesto em um movimento nacional, enquanto a invisibilidade condena-o à obscuridade.

A datatificação significa que a atividade on-line é tecnologicamente padronizada para permitir o processamento automatizado de sinais do usuário. Enquanto recursos como "avaliar", "responder", "comentar", "compartilhar", "curtir", "retuitar", "amigo" e "seguir" apelam para emoções e interações humanas básicas, as tecnologias subjacentes moldam bastante a forma como os usuários interagem entre si e que tipos de dados os mecanismos de plataforma produzem.

Já o mecanismo de comodificação, segundo os autores, envolve plataformas on-line que transformam objetos, atividades, emoções e idéias offline em

mercadorias negociáveis. Estas mercadorias são avaliadas através de pelo menos quatro tipos diferentes de moeda: atenção, dados, usuários e dinheiro.

A comodificação é intensificada por mecanismos de dataficação como a enorme quantidade de dados do usuário coletados e processados por plataformas que fornecem informações sobre os interesses, preferências e necessidades dos usuários em particular em momentos no tempo. (VAN DIJCK, 2018, p. 37)

Estas estratégias de comodificação criam dinâmicas de plataforma que permitem e moldam intercâmbios, definindo simultaneamente a participação ativa de uma ampla variedade de usuários. A dataficação e comodificação estão intimamente relacionadas com as maneiras pelas quais as plataformas orientam a interação do usuário através da seleção ou curadoria dos tópicos, termos, atores, objetos, ofertas, e serviços, por exemplo.

Um exemplo disso é o próprio mecanismo de busca do Google. Para Pasquale (2015, p. 60) “a pesquisa oferece a qualquer pessoa com um computador ou uma biblioteca pública próxima acesso a recursos que antes estavam fora do alcance de todos (...) tem o poder de dar a cada um de nós um pequeno mundo perfeito, um mundo tão requintadamente aos nossos interesses e preferências individuais, que é diferente do mundo como visto por qualquer outra pessoa. Entretanto, até neste mecanismo existiria um lado sombrio, que processaria algoritmicamente os nossos gostos e apresentaria para nós aquilo cujas preferências já haviam sido catalogadas.

A seleção da plataforma pode ser definida como “a capacidade das plataformas de acionar e filtrar a atividade do usuário através de interfaces e algoritmos”, enquanto os usuários, por meio da interação com esses ambientes codificados, influenciam a visibilidade e disponibilidade on-line de determinado conteúdo, serviços e pessoas.

As plataformas online substituem a seleção baseada em especialistas por orientadas pelo usuário e seleção orientada por algoritmo. Os usuários agora filtram conteúdo e serviços por “classificação”: “Pesquisar”, “compartilhar”, “seguir” e “fazer amizade”. (VAN DIJCK, 2018, p. 40)

Entretanto, é muito difícil determinar com exatidão como todo esses mecanismos operam, é impossível determinar como os algoritmos da plataforma funcionam exatamente. O Google, por exemplo, não revela os detalhes de seus

métodos de classificação. Mas Pasquale (2015, p. 64) afirma que a plataforma “classifica os sites por relevância e importância”. Quanto mais páginas da web tiverem link para uma determinada página, o Google terá mais julga autoridade dela e mostra na busca.

Os pesquisadores, no entanto, podem observar apenas seu funcionamento e lógica indiretamente através de vários métodos, como descrevem Van Dijck (2018, p. 41): “por engenharia, observando a documentação fornecida pelas próprias plataformas, e através de pesquisas etnográficas e entrevistas com desenvolvedores de software e engenheiros”.

E esses processos são justos? Pasquale (2015, p. 9) questiona a intencionalidade algorítmica por de trás das plataformas: “por que, por exemplo, o YouTube (de propriedade do Google) de forma tão consistente vence outros sites de vídeo nos resultados de pesquisa de vídeo do Google?”.

Sem saber o que o Google realmente faz quando classifica sites, não podemos avaliar quando está agindo de boa-fé para ajudar os usuários e quando está enviesando os resultados para favorecer seus interesses comerciais próprios. O mesmo vale para atualizações de status em Facebook, tópicos populares no Twitter e até gerenciamento de rede e práticas em empresas de telefonia e a cabo. (PASQUALE, 2015, p. 9)

O autor afirma que nestas empresas a “caixa preta” é blindada, são protegidas por leis de sigilo e tecnologias de ofuscação que dificultam inclusive investigações no âmbito policial e judicial quando há suspeita de transgressões.

2.4.3 Câmaras de Ressonância ou Eco

Um outro fenômeno nas conversações em rede observado é a tendência de formação de grupos fechados ao redor de determinadas ideias. Um artigo²² publicado na revista PNAS (Proceedings of the National Academy of Sciences), examinou dados sobre os temas discutidos na rede social entre o período de 2010 e 2014. As informações foram separadas em 3 grupos: notícias científicas, rumores de conspirações e *trolls*²³. Apesar de extenso conteúdo de informação disponível a

²² QUATTROCIOCCHI, SCALA E SUNSTEIN, *Echo Chambers on Facebook*, 2016, Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2795110

²³ Trol, por vezes também grafado troll, é uma criatura antropomórfica imaginária do folclore escandinavo. É descrita tanto como gigante horrendo – como os ogros – ou como pequena criatura –

poucos cliques, o estudo descobriu que os usuários tendem a se agregar em comunidades de interesse, o que causa reforço e promove viés de confirmação, segregação e polarização.

Quattrociocchi, Scala e Sunstein (2016) encontraram evidências quantitativas de como os usuários tendem a promover suas narrativas favoritas, formar grupos polarizados e resistir a informações que não estão de acordo com suas crenças. Este estudo foi importante porque verificou o fenômeno que seria chamado de “câmara de eco” (do inglês *‘echo chamber’*) por pesquisadores da Universidade de Boston e de várias instituições italianas, na qual uma rede de pessoas com ideias semelhantes compartilha teorias controversas, visões tendenciosas e notícias seletivas. Essas informações são então repetidas de volta e aceitas como fatos entre os membros como uma câmara de ressonância. Recuero (2020)²⁴ afirma que

Por conta das câmaras de eco (os grupos que repercutem conteúdo ideologicamente alinhado com sua visão política), as pessoas tendem a receber um mesmo conteúdo enganoso por várias vias. Serão vários grupos no WhatsApp, várias contas no Twitter e no Facebook repetindo a mesma informação. A impressão é aquela do “boato repetido mil vezes”. Parece que é verdade e as pessoas repassam.

Pariser (2012), em seu estudo, mostrou que a câmara de eco é claramente prejudicial à conscientização do público sobre questões importantes, pois limita de fato quem pode descobrir informações sobre determinados eventos atuais. Além disso, situações em que as pessoas são expostas apenas a informações que reforçam suas crenças atuais causam polarização, porque os indivíduos ficam mais convencidos de sua correção quando não estão vendo um conjunto diversificado de opiniões de especialistas. Segundo Recuero, Zago e Soares (2017, p. 16), na observação do caso concreto afirmam que “há processos de filtragem que fazem com que os nós de cada grupo apenas deem visibilidade para as informações que ecoam seus posicionamentos políticos, impedindo que outras, contrárias, circulem, mesmo que essas venham da mídia tradicional.”

Neste fenômeno existe, portanto, uma polarização de grupos observada especialmente em conversações políticas. É exatamente essa polarização que

semelhante aos goblins. Mas na Internet, a gíria derivou-se da expressão “trolling for suckers”, algo como “lançando a isca para os trouxas”. Assim, na rede o termo designa uma pessoa cujo comportamento tende a desestabilizar uma discussão e irritar outras pessoas. “Uma trollagem”.

²⁴ Disponível em <https://medium.com/@raquelrecuero/desinforma%C3%A7%C3%A3o-e-os-riscos-para-a-pandemia-de-coronav%C3%ADrus-b0de9521d4fe>, acessado em 08 de junho de 2020.

vamos aborda a seguir. Pensar que esse novo momento da comunicação, com os elementos aqui apontados, coloca em xeque a própria ideia de democratização que a Internet trouxe, é pensar que precisamos ainda aprofundar nossos estudos sobre esse universo da conversação em rede.

2.4.4 Polarização nas Redes Sociais

Os resultados do trabalho Recuero, Zago e Soares (2017) apontam para a existência de grupos ideologicamente distintos na discussão dos temas abordados, colocando em xeque o caráter democrático da mídia social e seu potencial para ampliar a pluralidade de fontes informativas dos usuários. Neste sentido, ao analisar a tendência à polarização pode ser observada especialmente em conversações políticas onde há uma propensão a uma polarização de grupos, Recuero (2019, p. 7) afirma que:

A formação de câmaras de eco em conversações políticas no ambiente online pode constituir uma ameaça ao caráter supostamente democrático da mídia social, pois ainda que supostamente todos possam fazer circular informações, a combinação de filtros sociais, algoritmos e preferências pessoais pode trazer obstáculos ao acesso a informações.

A pesquisadora (2009, p. 26) afirma que, embora em uma rede social tecnicamente cada perfil tenha as mesmas possibilidades de acesso, as redes a que os usuários são expostos acabam sendo afetadas por uma série de fatores, como afinidade na escolha quanto quem seguir, algoritmos de seleção fornecidos pelos próprios sites, e filtragem de conteúdos por outros usuários. Segundo Recuero (2019, p. 26) “Esses fatores acabam contribuindo para isolar os usuários em filtros-bolha e em bolhas ideológicas próprias”.

Hansen e Ferreira, no artigo “Da polarização à busca pelo equilíbrio: as relações entre internet e participação política”, fazem justamente a interconexão entre internet e democracia. Este artigo objetiva analisar como a literatura sobre participação política tem abordado essa relação, apresentando as principais perspectivas teóricas a esse respeito. Assim, mostra como as perspectivas iniciais eram mais estanques e polarizadas, bem como os movimentos no campo para que se adotasse uma abordagem mais flexível e complexa, que leva em conta as

diversas características individuais, contextuais e da tecnologia em si, importantes para se pensar o impacto da rede nas atividades políticas off-line, mas, também, o surgimento de um ativismo estritamente on-line.

O trabalho discute a perspectiva dos ciberotimistas, ciberpessimistas ou cibercéticos, uma categorização sobre cada tipo de visão que se tinha da internet/tecnologia, democracia e os debates políticos. Para os ciberotimistas, entusiastas do que a tecnologia poderia proporcionar enquanto fortalecimento da democracia e ampliação da mesma, existiria o efeito de mídia, ou seja, a interação com a tecnologia levaria os cidadãos a perceberem que a internet amplia o acesso à informação política, sendo que, com isso, eles passariam a se envolver mais nos assuntos públicos, interagindo com novas perspectivas para a deliberação pública (Hansen e Ferreira, 2018, p. 8). Os autores afirmam ainda que:

Para eles, a internet seria capaz de mobilizar indivíduos desengajados, pois a sua estrutura comunicacional interativa apresentaria novas oportunidades para tal — isso porque ao diminuir a necessidade de recursos, como o tempo, e ampliar o acesso à informação, ela capacitaria os indivíduos a atuar politicamente.

Os ciberpessimistas, que afirmavam que a internet não possui um efeito mobilizador, defendiam que, os usos políticos do ambiente on-line ocorreriam em função de um outro fenômeno, o *efeito de seleção*. Deste modo “o engajamento off-line anterior é que seria o responsável por fazer o indivíduo perceber as oportunidades de ação política na web e usufruir delas no ambiente online” (Hansen e Ferreira, 2018, p. 8).

Transcorrida e superada esta fase inicial, o texto aponta outros autores mais atuais que sugerem a incidência de mais fenômenos como o do *reforço*. Segundo Pippa Norris (2001)²⁵ a internet teria um caráter apenas reforçador, tornando os engajados mais engajados e não engajados, menos engajados, tomando por exemplo, o caso das discussões políticas. Outra autora aborda o fenômeno do reforço de forma diferente. Para Margetts (2013)²⁶, as redes digitais reforçam as clivagens existentes; porém, no que diz respeito ao controle popular da democracia,

²⁵ NORRIS, P. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide. Cambridge University Press, 2001.

²⁶ MARGETTS, H. The Internet and Democracy. In DUTTON, W. H. (Org). The Oxford Handbook of Internet Studies. Oxford, UK: Oxford University Press, 2013.

a web contribui para a fragmentação dos grupos políticos, tornando o sistema político mais fluído e caminhando para a normalização da participação.

De uma maneira geral, as evidências empíricas encontradas mostram o caráter múltiplo do ambiente on-line: de recrutar, mobilizar e reforçar a participação política. Esta última tem múltiplas direções e dimensões, sendo um tipo de ação que, ao mesmo tempo em que se integra ao ambiente *off-line*, ocorre também independentemente dele, segundo os autores.

2.4.5 Robotização

Em uma conjuntura onde as redes sociais desempenham um papel importante na promoção de discussões políticas, surge a preocupação com a utilização maliciosa da tecnologia, em especial dos *bots* ou robôs, que são programas de computador criados para automatizar tarefas e procedimentos repetitivos em ambiente digital, na disseminação viral de desinformação, criação e manipulação de tendências.

No âmbito das redes sociais os *bots* ganham a definição de *bots* sociais. Eles são usados para automatizar contas e perfis, que controlados por *softwares* ou algoritmos são capazes de gerar conteúdo artificialmente e interagir com outros usuários na rede, imitando o comportamento humano e se passando por pessoas reais. De acordo com sua finalidade e programação é possível classificar os *bots* sociais em dois grupos distintos: os *bots* benignos, utilizados para disseminar automaticamente informações e notícias, por exemplo *bots* de atualizações sobre condições climáticas ou tráfego urbano de determinada região; e *bots* maliciosos, programados para enganar outros usuários da rede através de várias práticas insidiosas, como a prática de spam e disseminação de *fake news* e desinformação.

E essa incidência de *bots* vem crescendo na Internet, segundo uma pesquisa²⁷ realizada entre as empresas ligadas à Associação Brasileira das Empresas de Infraestrutura e Hospedagem na Internet em 2017. Abrahosing identificou que cerca de 60% de todo o tráfego de dados que atinge a estrutura dos provedores de internet no Brasil são constituídos por mensagens e interações

²⁷ Reportagem do site UOL, disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2017/11/07/sabia-que-a-maioria-do-trafego-da-internet-brasileira-nao-vem-de-pessoas.htm>, acessado em 08 de junho de 2020.

geradas por códigos robóticos pré-programados. Este percentual inclui, tanto mensagens de e-mail, quanto solicitações de acesso originadas a partir de *bots* “benignos”. De acordo o levantamento, a maioria, ou seja, 55%, vem de *bots* maliciosos, como a disseminação de “*spam*” (propaganda excessiva por e-mail) ou a geração de links em cascata, seja para atrair descuidados ou para influenciar sistemas de medição de audiência e ampliar o número de acessos a certos sites e redes sociais.

Outros malefícios dos *bots* afetam diretamente os usuários finais. Uma das modalidades que mais causam danos são as que realizam ações de “*data mining*”, para mapear contas de usuários e clonar suas identidades para a prática de fraudes. Há também os que empregam computação em “*cluster*” (apoiada em máquinas “zumbis”) para violar chaves de acesso por estresse, ou seja, pelo uso de milhões de combinações por segundo até a quebra de uma senha. Outros *bots* são usados para disseminar *fake news* política, com cunho ideológico, que atacam adversários ou são usados como um exército de perfis que defendem uma ou outra personalidade.

O Instituto de Internet da Universidade de Oxford publicou o relatório²⁸ Computational Propaganda Research Project em 2017, analisando a influência que as plataformas digitais estavam tendo sobre os processos democráticos em todo o mundo. Uma das afirmações de Woolley e Howard (2017, p. 6) foi de que a robotização é maléfica para a democracia:

Os regimes usam robôs políticos, criados para parecer e agir como cidadãos reais, em esforços para silenciar adversários e empurrar mensagens oficiais do estado. Campanhas políticas e seus partidários, implantaram robôs políticos – e propaganda computacional de maneira mais ampla – durante as eleições, na tentativa de influenciar o voto ou difamar os críticos. Políticos, anônimos, atores aproveitam elementos-chave da propaganda computacional, como notícias falsas, relatórios, campanhas coordenadas de desinformação e troll mobs para atacar humanos, defensores de direitos, grupos da sociedade civil e jornalistas. A propaganda computacional é uma das novas ferramentas mais poderosas contra a democracia

Nos EUA, os republicanos e a direita supremacista usaram exércitos de *bots* para manipular consensos, dando a ilusão de uma popularidade on-line significativa para construir um verdadeiro apoio político” e para ampliar o alcance de sua

²⁸ Disponível em: <https://www.oii.ox.ac.uk/blog/computational-propaganda-worldwide-executive-summary/>, acessado em 08 de junho de 2020.

propaganda. “Os *bots* utilizados para a manipulação política também são ferramentas eficazes para fortalecer a propaganda on-line e as campanhas de ódio. Uma pessoa, ou um pequeno grupo de pessoas, pode usar um exército de robôs políticos no Twitter para dar a ilusão de um consenso de grande escala”, avaliaram Woolley e Howard (2017).

Uma pesquisa realizada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo analisaram os apoiadores de Jair Bolsonaro no Twitter no dia do seu aniversário, o 15 de março de 2020, que o homenageavam com a expressão *#bolsonaroday*. Esta pesquisa identificou que, das 66 mil menções favoráveis ao presidente, 55% eram produzidas por robôs programados para viralizar suas mensagens. Foram identificadas 1.700 contas que reproduziram a mensagem *#bolsonaroday* e foram desativadas horas depois da mensagem emitida. As contas foram utilizadas por robôs, *bots*, que emitiram 22 mil mensagens a favor de Bolsonaro²⁹.

Estas pesquisas também são importantes porque caracterizam ao grande público o que sejam esses robôs na prática com elementos fundamentais de observação e comparação diante de perfis reais. Os *bots* têm alta frequência de postagens que indicam mecanização das mesmas como uma espécie de programação automatizada que dispara conteúdo em massa em grande frequência. Os perfis mais ativos analisados por esta pesquisa chegaram a publicar uma média 1,2 mil tuítes por dia, enquanto que os estudos constaram ainda que os usuários reais têm uma média de três a dez tuítes por dia. Os mais ativos chegam até 50 tuítes por dia, entretanto, ficaram muito aquém da frequência dos perfis classificados como robôs pelos pesquisadores.

²⁹ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/maioria-de-tuites-a-favor-de-bolsonaro-sobre-coronavirus-e-feita-por-robos/>, acessado em 03 de maio de 2020.

3 SOCIEDADE DA DESINFORMAÇÃO, PÓS-VERDADE E FAKE NEWS

Um conceito fundamental que se torna relevante para análise é a “pós-verdade”, que nos últimos anos foi intrinsecamente relacionada à propagação de *fake news*, principalmente no aspecto político que nos leva a acreditar, por meio de evidências as quais serão apontadas, que este é o momento de uma sociedade da desinformação.

A pós-verdade, que caracteriza este momento, tem relação direta no que se refere especificamente ao nosso problema de pesquisa “como circulou na mídia o conteúdo desinformativo propagado pelo presidente Bolsonaro e aliados durante os dois primeiros meses da pandemia?” Seria o presidente um representante emblemático e/ou um produto da pós-verdade?

Para avançarmos nesta questão central da pesquisa, é preciso abordar as diferenças entre contrainformação e desinformação no que diz respeito aos significados. Algumas fontes teóricas adotam um significado sem identificação exata sobre a origem do termo da contrainformação, essencialmente ligado à guerra no sentido bélico como menciona Chaia (2003) ao analisar os tensionamentos midiáticos na Guerra do Golfo:

A qualquer momento em que ligamos a televisão podemos acompanhar "ao vivo" as ações da guerra e, também, as declarações de porta-vozes de todas as forças envolvidas no conflito militar. O que mais tem caracterizado esta guerra são os desencontros das informações, daí podermos afirmar que esta é uma guerra da contra-informação.

Estes desencontros de informações citados por Chaia que circulam na mídia fazem os dados não baterem e em certo ponto; “Os atores produzem, muitas vezes, dados desconexos, sem especificações”, afirma a pesquisadora. Mas estes desencontros são propositalmente elaborados pelas fontes na tentativa de confundir e desacreditar a imprensa. Chaia (2003) afirma que “também vale considerar que estas informações discrepantes fornecidas por autoridades dos dois lados são propositas, utilizadas como arma para confundir o inimigo. Trata-se da manipulação como estratégia da guerra da contra-informação.”

A desinformação, entretanto, não é tida diretamente como estratégia comunicacional, mas sim resultado de um fenômeno, mais recente chamado de pós-

verdade que está ligado diretamente à disseminação de mentiras e que ganha mais força quando importantes atores políticos são os disseminadores.

3.1 PÓS-VERDADE, A ERA DAS INCERTEZAS

É importante conceituar pós-verdade para um entendimento mais referencial do objeto estudado. Para Barbosa (2017, p. 1) o termo “pode ser entendido como uma dissimulação da verdade, uma racionalização que usa ferramentas, como as ideologias ou o posicionamento político, para colocar a crença num patamar superior à verdade”.

Outros autores, como Zarzalejos (2017, p. 12), apontam a conceituação para a mesma direção: “A pós-verdade consiste na relativização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emotivo”. A divulgação de falsas notícias, desta forma, conduziria a essa banalização da mentira e, deste modo, à relativização da verdade. Medrán (2017, p. 33) fala em realidade alternativa para definir pós-verdade: “Realidades alternativas que não se baseiam em fatos, mas em emoções. Realidades alternativas que se baseiam na percepção, não em dados”, define o autor sobre o termo que estaria ligado aos meios de comunicação, por meio da propaganda.

O termo pós-verdade (*post-truth*), em 2016, foi nomeado a palavra do ano pelo Dicionário Oxford. Este acontecimento não surpreende a muitos, tendo sido 2016 um ano cheio de surpresas polêmicas e eventos inesperados nas eleições nos Estados Unidos. De acordo com Zarzalejos (2017, p. 11), desde agosto de 2016, antes que os debates presidenciais avançassem durante a campanha norte-americana, até a véspera da jornada eleitoral, as plataformas de verificação atualmente em uso contabilizaram até 217 falsidades nos discursos e intervenções dos candidatos. 79% delas atribuídas a Donald Trump e 21%, a Hillary Clinton. Ou seja, as eleições nos Estados Unidos apresentaram ao mundo uma ferramenta letal, as *fake news* e o termo pós-verdade foi disseminado para caracterizar este novo momento, uma sociedade em que a desinformação causa diversas consequências.

A dissimulação ou relativização da verdade, realidade alternativa, como se queira conceituar a pós-verdade, traduzem para além de conceito, um momento que a internet e, sobretudo, as redes sociais como palcos da disseminação de um dos

principais produtos da era da pós-verdade: as notícias falsas que impactam a política e a vida da sociedade como um todo. E a Internet tem permitido que o fenômeno se torne popular exatamente pela rapidez com a qual as notícias se espalham neste ambiente. De acordo com Souza (2017, p. 1):

Ao longo de sua história, o jornalismo sempre conviveu em menor ou maior grau com notícias falsas. Boatos publicados sem apuração, notícias pagas para favorecer alguém, notícias simplesmente inventadas em veículos sensacionalistas – tudo isso não vem de hoje e foi algo com que a imprensa sempre buscou lidar. No entanto, com a internet, a proliferação das notícias falsas aumentou exponencialmente. Um fenômeno que vem pondo em risco a própria profissão de jornalista, que vê agora, em plena era digital, sua credibilidade novamente em jogo.

Essa tendência ocorre, pois, na atualidade, os indivíduos tendem a compartilhar notícias fundamentados principalmente pelas suas crenças pessoais. Não se trata, então, de saber o que ocorreu, mas de escutar, assistir, ver, ler a versão dos fatos que mais concorda com as ideologias de cada um. Para De Angelis (2017, p. 39) nesta nova era, as verdades universais são abandonadas e a ideia da objetividade é rejeitada, inclusive quando sustentada por dados evidentes. “Os indivíduos se sentem capazes de construir, de forma independente, suas próprias verdades e crenças – seus próprios deuses, na medida – e de valores que, em outros momentos, pareciam indiscutíveis”, aponta.

Wichowski (2019) defende uma análise justamente pelo enfoque da crença pessoal negacionista. A pesquisadora afirma que hoje é mais fácil encontrar pessoas que pensem de forma semelhante e que aceitem a mesma realidade e que se juntem nas redes para ignorar o restante, ao passo que há 20 anos, quando havia poucas emissoras de TV, por exemplo, era difícil desta situação ocorrer:

As pessoas sempre negaram a existência de certas evidências que as deixam desconfortáveis, com as quais não queiram lidar. Mas acho que agora é mais fácil de achar outras pessoas como você, é mais fácil procurar “a verdade” que é conveniente para você on-line, porque existe muita informação por aí

Medeiros (2017, p. 23) corrobora com essa ideia de que as novas tecnologias conectam núcleos familiares, amigos, grupos de discussões e criam verdades convenientes a um grupo comum.

Neste território – em que Facebook e Whatsapp são os principais vetores – descobrimos crenças, pensamentos e valores que referenciam pessoas e comunidades, sejam próximas ou distantes, inclusive parentes longínquos. Estabelecemos cumplicidade e memes que esbanjam humor e irreverência. Mas surpresas e decepções se materializam também neste espaço. Discussões acirradas e ácidas são corriqueiras.

Neste sentido, Wichowski (2019) chama a atenção para os perigos da relativização da verdade e da perda de objetividade dependendo da situação ou posição do sujeito no processo. Ela acredita que a ideia de verdade seja baseada intrinsecamente na realidade, em fatos. “Sua perspectiva sobre a verdade, isso sim depende da sua posição. Mas a verdade em si, tem que ser baseada na realidade. Tem que ser algo baseado em fatos.”, afirma.

De outra forma, questiona Wichowski, se poderia “chamar o preto de branco e o branco de preto”. De outra forma “a verdade se torna um absurdo”. A pesquisadora acredita que “enquanto podemos ter nossas perspectivas, nossas crenças e opiniões que mudam dependendo da nossa experiência de vida, a verdade em si tem que ser objetiva. Tem que ser algo que qualquer lado possa reconhecer e respeitar.”

E a pós-verdade não é apenas uma prática que se desenvolve no campo da política. É feita também, de forma perigosa e arbitrária, no âmbito da publicidade e no campo empresarial, como já dissemos na própria conceituação trazida por Médran (2017). Mas na política a era da pós-verdade ganha proporções ainda maiores pela conveniência da relativização da verdade pelos agentes públicos que decidem o futuro dos cidadãos, segundo Wichowski (2019):

Acho que é muito conveniente para os políticos (o momento). Acho que é algo ruim para nossas democracias, pois faz com que seja mais difícil mentirem sem seres pegos. Porque na realidade o que ocorre é que as pessoas estão aceitando as mentiras como parte normal do discurso político de uma forma que não era aceitável há 5 anos.

Para Prego (2017, p. 20) a incontestável verdade é que “os meios de comunicação tradicionais perderam crédito para a maior parte da população”, que substituiu a confiança antes depositada nestes meios por uma fé, quase infinita, na informação que chega por meio das redes sociais e vai mais além:

E é explicável esta inclinação entusiasmada e entregue do cidadão frente a uma nova forma de comunicar-se e receber informações, porque esta dispensa os intermediários, que eram, até então, os jornais ou as televisões,

e o interiorizam como proprietário e também como autor de seu próprio âmbito informativo.

Mas isso tem uma explicação que não é apenas alicerçada no simples fato de que as redes sociais ganharam força nos últimos anos. A pós-verdade trouxe a reboque e intencionalmente um fato perturbador para o jornalismo: o ataque à credibilidade da atividade e dos veículos tradicionais. É necessário entender aqui, previamente, o que significa credibilidade, tanto no jornalismo quanto nos meios de comunicação.

Segundo Serra (2006, p. 2), os princípios que orientam a seleção da informação pelos receptores são a pertinência e a credibilidade. Como o autor explica, “se não for considerada pertinente, uma informação, por mais credível que ela seja ao não conquistar a atenção dos seus eventuais receptores, está condenada a uma não existência de facto”. Ainda para o autor, a informação se não for considerada credível, mesmo sendo muito pertinente, acaba por ser anulada pelos seus receptores.

Aliás, no jornalismo, a pós-verdade pode ser tratada também como um fenômeno em que forças atuam para desacreditar a imprensa, evitando que evidências sejam expostas. Mesmo que busque sempre informar de variadas formas, o jornalismo é uma atividade praticada por seres humanos suscetíveis a diferentes interpretações da realidade. Ora, não seria suficientemente eficiente para a disseminação de mentiras que os veículos de imprensa seguissem com seu poder, no âmbito da democracia, de ser um porta-voz desta verdade – sem entrar no mérito e nem na discussão do conceito “verdade”. Neste sentido Palma (2017, p. 17), afirma que:

(...) essa mentira intencional, explicada mais tarde como uma suposta verdade encoberta, vem acompanhada de uma operação que visa desacreditar a imprensa formal, para evitar, sem sucesso, que evidências sejam expostas, uma vez ou outra.

Ao mesmo tempo que a Internet tornou possível essas narrativas alternativas que as pessoas passaram a acreditar com mais força, tornou-se mais difícil do que nunca esconder essas evidências, porque se pode descobrir de alguma forma a falta de veracidade da informação divulgada pelos políticos. Neste contexto o papel dos jornalistas é fundamental. Para Medeiros (2017, p. 24), em um primeiro momento, o

jornalismo sai enfraquecido neste cenário no qual “todo mundo” é produtor de conteúdo e cujo imperativo é compartilhar nas redes sociais imediatamente, mas em um segundo momento, com tantas informações desencontradas, espera-se o triunfo da apuração rigorosa sobre as inconsistências do relato.

O exercício trivial de checar a veracidade da informação – na concepção do jornalismo, como um bem social e serviço ao público – poderá restaurar o papel do jornalismo como fonte confiável de informação, mesmo que em um modelo adaptado aos novos tempos, em que a multiplicação e emissão dos fatos estejam sob a égide das novas redes. O desafio determinante é a capacidade do jornalismo de enfraquecer os construtores interessados em meias-verdades ou falsidades inteiras.

Jornalistas que verificam fatos e repórteres investigativos têm um papel importante a cumprir, segundo Wichowski (2019), mais do que nunca frente ao uso das fake news pela política:

Os políticos estão aproveitando essa onda de aceitação da pós-verdade, essa reiteração de mentiras que, essencialmente, são como sombras, sabe? Elas lançam essa sombra enorme, parecem gigantes, mas acho que o público vai se cansar de não saber o que é a realidade e ter pessoas tentando enganá-las ou direcioná-las para algum tipo de narrativa alternativa. Então os jornalistas precisam continuar a trabalhar duro.

Mesmo diante das transformações causadas pelas evoluções tecnológicas, o jornalismo segue, na sua essência, com a sua principal função, a de informar, conforme Wichowski (2019).

Acho que mídia em si tem uma responsabilidade de continuar noticiando reportagens justas que reflitam ambos os lados de uma discussão mesmo que não seja o que as pessoas estão pedindo. Acho que a mídia tem o poder e responsabilidade imensos e é o dever dela exercer isso.

Contudo, em um ambiente com um intenso fluxo de dados diariamente, tanto o público quanto os jornalistas estão sujeitos a se deparar com notícias falsas, razão pela qual a checagem de informações é característica importante do novo jornalismo. Sobre esse papel dos jornalistas, Zarzalejos (2017, p. 13) defende uma nova comunicação e o novo jornalismo que, segundo o autor, devem concentrar-se, de agora em diante, não tanto em contar – isto já o fazem os cidadãos, por conta própria, por meio do enorme cardápio de tecnologias digitais à sua disposição – mas

em verificar, em realizar o *fact-checking* de maneira sistemática, por meio de muitas plataformas que já existem.

Ou seja, o jornalismo, por um lado, e a comunicação deontológica, por outro, devem voltar a resgatar o relato verossímil, conter o sentimentalismo, apaziguar e moldar os piores instintos e proclamar a superioridade da inteligência sobre a visceralidade

Sobre especificamente o *fact-checking*, abordaremos este aspecto em um capítulo adiante. Mas o que se apresenta de antemão enquanto questionamento é se isso tudo vai passar? Talvez, quando a lógica do consumo da informação for alterada. Para De Angelis (2017, p. 40) a criticidade deu lugar ao consumo de conteúdos rasos e rápidos:

As fórmulas anteriores para questionar o corpo social com argumentos e lógicas discursivas caem no vazio – já não significam nada – e passam a ser substituídas por frases curtas e efetivas e imagens sugestivas, como novas fórmulas que estimulam as cordas emocionais e que apontam para o medo e para a ironia.

Mas Wichowski (2019) acredita que as pessoas resistirão a essa tentação pelo consumo desprovido de crítica e reconhecer o valor dos fatos, evidências, verdade e notícias, mesmo que desconfortável, que vão contra as suas crenças e mudar a forma de olhar a informação nas redes sociais que hoje é metaforicamente semelhante ao que ela chama de consumo de *junk food*. “As pessoas olham as manchetes e supõe que sejam notícias inteiras e já comentam rapidamente. Suponha que se você comer *junk food* todo dia, uma hora passará mal e sua saúde sofrerá”, aponta. Para Berckemeyer (2017, p. 27) “seja como for, uma coisa é clara diante do artificial conceito da pós-verdade: como todas as modas, passará. E quando já tiver passado, todos voltaremos a falar da mentira no espaço público”.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DAS FAKE NEWS

Como vimos, na internet, a tarefa de distinguir informações verdadeiras das falsas é um desafio cada vez maior, para leitores e jornalistas. A instantaneidade do meio virtual, bem como sua potência em oferecer a todo internauta o direito de voz, podem gerar um grande número de “boatos eletrônicos”.

E esta velocidade surge como aliado de atores interessados em propagar informações com variados graus de distorção para interesses específicos – sejam eles políticos, econômicos ou visando a disrupção social. Entram em cena ataques informacionais, mensagens coordenadas e consistentes, geralmente com recursos visuais e informações que correspondem às crenças do público-alvo – justamente os elementos sobre os quais se tende a ter menos criticidade (WARDLE, 2017).

Em plataformas como o Facebook e em aplicativos como o *Whatsapp*, há grande compartilhamento de informações falsas ou descontextualizadas, que acabam alcançando os internautas mais crédulos, que, por excesso de confiança, decidem não verificar as fontes, as chamadas *fake news*. E para Wardle (2017), quando o número de informações fraudulentas é constante e excessivo, aumentam as chances do indivíduo dar credibilidade às *fake news*.

O neologismo *fake news*, foi definido como “informações falsas, muitas vezes sensacionalistas, disseminadas como se fossem notícias” pelo mesmo. Existem várias definições para notícias falsas cujos fundamentos são a incorporação de elementos deliberadamente falsos no conteúdo e a sua propagação online.

Fake news podem ser caracterizadas pelo conceito de imprensa marrom segundo a descrição dada por Leandro Marshall (2003):

A imprensa marrom inaugurou a era dos escândalos, do denunciismo gratuito, do jornalismo mexeriqueiro, das sessões de fofocas, das notícias dos bastidores da sociedade, para artificialmente produzir-se um ambiente de espetacularização. Estão associadas a esta etapa as reportagens de caráter especulativo e espetacular sobre o mundo da política, dos artistas, das personalidades públicas. Este tipo de imprensa é, sobretudo, aquele que manipula arbitrariamente os fatos, imaginando, inferindo, especulando, inventando, elucubrando, para deles extrair e artificializar o máximo de sensacionalismo.

Passeando pela temática, autores como já citado Marshall e Medeiros (2003) contribuem para compreensão com seus escritos no âmbito condicionado de acesso entre o receptor e a disseminação de informações permeadas pelas *fake news*. Os autores discutem o fenômeno das *fake news* no âmbito do uso de histórias sobre fatos inventados ou propositalmente alterados para fins políticos, conceituam a própria noção de *fake news* e abordam 14 histórias comprovadamente forjadas sobre o tema de fraude de urnas eletrônicas durante a campanha presidencial de 2018 no Brasil.

Se pensarmos as conversações em rede sob a incidência dos filtros-bolha como apontam Recuero (2019) e Hansen e Ferreira (2018), as *fake news* seriam disseminadas neste contexto de formação de grupos com pensamentos ideológicos comuns.

Inicialmente o próprio fenômeno das *fake news* é um elemento encontrado de forma comum no ambiente das conversações em redes sociais digitais na atualidade. A expressão, de fato, é reservada às histórias factuais que circulam amplamente em ambientes digitais de convivência. Os autores afirmam que nos últimos tempos, reservou-se (e, com isso, popularizou-se) o termo *fake news* para “designar os relatos pretensamente factuais que inventam ou alteram os fatos que narram e que são disseminados, em larga escala, nas mídias sociais, por pessoas interessadas nos efeitos que eles poderiam produzir, principalmente os relatos inventados, alterados e difundidos com propósitos políticos.” (DOURADO E GOMES, 2019, p. 5)

Os autores observam também que a escolha desta expressão, contudo, acrescenta outra característica, advinda da noção de “*news*” (notícia), “à ideia já conhecida de relatos formalmente factuais que praticam a contrafação de inventar ou alterar os fatos a que pretensamente se referem”. (DOURADO E GOMES, 2019, p. 6). Uma característica importante é a de que há mais histórias falsas em circulação do que histórias falseadas camufladas no formato de reportagens. Neste sentido, Dourado e Gomes (2019, p. 8) destacam o uso político e ideológico do termo *fake news* que não teriam o mesmo significado, gerando uma crise epistêmica.

(...) quando um liberal a usa, refere-se a notícias sobre fatos inventados ou reportagens que alteram os fatos segundo as conveniências políticas de quem as cria; quando a empregá-la está um conservador de direita, como Trump ou Bolsonaro, a referência é ao jornalismo em geral, considerado, por eles, uma instituição já comprometida, quer dizer, já invadida e controlado pelos liberais e pela esquerda. E o mesmo se estenderia ao que dizem os intelectuais, os professores e os cientistas, tudo fake segundo a premissa persecutória da nova direita.

Observa-se, portanto, que no ambiente virtual circula uma grande quantidade de informações diferenciadas, nas quais, as que têm a intenção de informar, se misturam com as que querem enganar o cidadão. Para Wardle (2017), a criação e disseminação de conteúdos fraudulentos está relacionada a toda etapa do ecossistema da informação. De acordo com Wardle (2017), o ecossistema da informação se divide em três etapas. “Os diferentes tipos de conteúdo que estão

sendo criados e compartilhados, as motivações de quem cria esse conteúdo e as formas como este conteúdo está sendo divulgado”. Por isso, é necessário diferenciar os tipos de conteúdos que estão na rede.

Para Wardle e Derakhshan (2019) grande parte do discurso sobre *fake news* combina duas noções: informação incorreta e desinformação. Pode ser útil, no entanto, propor que a informação incorreta seja informação falsa que a pessoa que está divulgando acredita ser verdadeira. Para os autores, desinformação é uma informação falsa e a pessoa que a divulga sabe que é falsa. É uma mentira intencional e deliberada, e resulta em usuários sendo ativamente desinformados por pessoas maliciosas. Uma terceira categoria poderia ser denominada má-informação; informação que é baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país. As três categorias estão dispostas na Figura 5.

Figura 5 – Categorias da desordem da informação



Fonte: Manual Fake News (2019).

Não obstante as distinções acima, as consequências no ambiente da informação e na sociedade podem ser semelhantes (por exemplo, corrompendo a integridade do processo democrático, reduzindo as taxas de vacinação). Além disso, casos particulares podem exibir combinações desses três conceitos, e há evidências

de que exemplos individuais de um são frequentemente acompanhados pelos outros (por exemplo, em plataformas diferentes ou em sequência) como parte de uma estratégia mais ampla de informação por atores específicos.

Feita esta diferenciação, nos interessa para esta pesquisa, os conceitos de informação incorreta e desinformação onde encontramos uma tipologia própria. Em um estudo, Wardle (2017) apresentou os diferentes tipologias de desinformação, que vai de sátira a conteúdo totalmente enganoso, conforme a Figura 6.

Figura 6 – Tipologia da desinformação



Fonte: Manual Fake News (2019).

Segundo Wardle (2017), as notícias falsas classificam-se em 7 Tipos de desinformação: falsa conexão, falso contexto, manipulação de conteúdo, sátira ou paródia, conteúdo enganoso, conteúdo impostor e conteúdo fabricado que serão aplicados para a análise do objeto de estudo desta pesquisa, como veremos mais adiante ao abordarmos a metodologia que será aplicada. Vejamos os apontamentos de Wardle e Derakhshan (2019, p.50-52) sobre cada um dos tipos de desinformação que posteriormente adotaremos em nossas análises:

A sátira e a paródia podem ser consideradas como uma forma de arte. No entanto, em um mundo onde as pessoas cada vez mais recebem informações por meio de seus *feeds sociais*, há confusão quando não se compreende que um site é satírico. (...) Quando títulos, imagens visuais ou legendas não suportam o conteúdo, é um exemplo de conexão falsa. (...) Conteúdo existe quando há um uso enganoso de informações para enquadrar problemas ou indivíduos de determinadas maneiras cortando fotos ou escolhendo citações e estatísticas seletivamente. (...) Contexto falso é quando conteúdos genuínos são frequentemente vistos sendo reciclados fora de seu contexto original. (...) Conteúdo impostor é quando existe um problema real onde jornalistas têm suas assinaturas em artigos que não escreveram ou logotipos de organizações são usados em vídeos ou imagens que não criaram. (...) Conteúdo manipulado é quando o conteúdo genuíno é manipulado para enganar. (...) Conteúdo fabricado pode ser em formato de texto, como os “sites de notícias” completamente fabricados.

O público em geral, e os jornalistas em especial, precisam examinar separadamente os “elementos” da “desordem da informação”: o agente, as mensagens e os intérpretes. Nesta matriz, há perguntas que precisam ser feitas para cada elemento. Para Wardle e Derakhshan (2019, p. 52):

o agente que cria uma mensagem fabricada pode ser diferente do agente que produz essa mensagem – que também pode ser diferente do “agente” que distribui a mensagem. Da mesma forma, existe a necessidade de um entendimento completo de quem são esses agentes e o que os motiva. Os diferentes tipos de mensagens distribuídas pelos agentes também precisam ser compreendidos, para que possamos começar a estimar a escala de cada um e começar a abordá-los

Finalmente, há uma necessidade, segundo os autores, de considerar as três “fases” diferentes da “desordem da informação”: criação, produção e distribuição. É importante considerar as diferentes fases de um exemplo de “desordem da informação” porque o agente que idealiza o conteúdo é muitas vezes separado dos produtores e disseminadores. Como veremos no caso do conteúdo desinformativo disseminado por Bolsonaro e seus aliados, estes foram criadores e distribuidores e, em alguns casos também produtores. Apesar de parte importante das análises propostas por Wardle e Derakhshan (2019), não utilizaremos deste aspecto da metodologia porque não é nossa intenção analisar suas fases e sim a circulação de sentido.

Em termos legais – e não poderíamos nos furtar de trazer à tona também esse aspecto até pela formação jurídica acadêmica obtida – o problema das *fake news* se dá quando ocorre um conflito de direitos. Tais conflitos são produzidos entre a informação transmitida e os direitos fundamentais das pessoas afetadas por dita

informação. Se formos pensar na esfera jurídica, sobre o que afetariam as *fake news*, entramos na seara da honra e da intimidade da pessoa. Estamos falando logicamente de três imputações, embora o código penal brasileiro não especifique os crimes na esfera digital: calúnia, injúria e difamação.

O Artigo 138 do Código Penal (2017, p. 56), por exemplo, define que: “Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime” pode levar a uma pena de “detenção, de seis meses a dois anos”, além de multa. E que, na “mesma pena incorre quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou divulga”. Injuriar alguém (Artigo 140), ofendendo a sua dignidade ou o decoro pode levar a uma pena de um a seis meses de detenção, ou multa. Ocorre que, “se a injúria consiste na utilização de elementos referentes a raça, cor, etnia, religião, origem ou a condição de pessoa idosa ou portadora de deficiência”, a pena pode atingir de um a três anos de reclusão, além de multa. O crime de difamação tem pena de detenção, de três meses a um ano, e multa (Artigo 139) e consiste na atribuição a alguém de um fato desonroso, mas não descrito na lei como crime, distinguindo-se da calúnia por essa razão.

Existe um debate urgente sobre a necessidade de atualização da legislação penal para contemplar as *fake news* no âmbito dos crimes contra a honra. E essa provocação ocorre no momento em que os próprios ministros do STF são alvo de ataques nas redes sociais que maculam a honra e intimidade de seus membros. No dia da votação que definiu a legalidade do inquérito que investiga estes ataques a Ministra Rosa Weber declarou³⁰ sobre a gravidade do momento:

Vemo-nos às voltas com ataques sistemáticos que em absoluto se circunscrevem com críticas e divergências abarcadas no direito de livre expressão e manifestação assegurados constitucionalmente, traduzindo, antes, ameaças destrutivas às instituições e a seus membros com a intenção de desmoralizá-las

Estas investigações, portanto, se dão no âmbito de um Inquérito sobre as *fake news* aberto pelo presidente do STF, ministro Dias Toffoli, em março de 2019. O objetivo, segundo Toffoli, era apurar “notícias fraudulentas”, ofensas e ameaças, que “atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal, de seus

³⁰ Conforme site do STJ, disponível em:

<http://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=445764&ori=1>, acessado em 02 de junho.

membros e familiares", conforme divulgado pela imprensa³¹. O Ministro Luiz Fux afirma que os atos investigados são o germe inicial de uma instauração, no Brasil, de atos de terrorismo, com o objetivo de que os juízes, pelo temor, percam sua independência, e, por isso, precisam ser coibidos. “Temos de matar no nascedouro esses atos que estão sendo praticados contra o STF”, afirmou³².

As discussões dos autores corroboradas inclusive pelas investigações deste Inquérito apontam para um quadro desolador de combate às *fake news* uma vez que toca o cerne de uma disputa que é, ao mesmo tempo, epistemológica e política: figuras proeminentes da política se tornam eles mesmos produtores ou disseminadores de histórias políticas falsas e ao mesmo tempo repetem incessantemente para os seus seguidores que *fake news* são as notícias produzidas pela grande imprensa e não aquelas fabricadas por eles.

3.3 FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES NOS EUA À ELEIÇÃO NO BRASIL

O ano de 2016 é uma marco da pós-verdade, como já falamos no referido capítulo, assim como das *fake news* – graças às eleições presidenciais nos Estados Unidos. Mas o que de fato leva a tal afirmação?

Trump, do partido Republicano, derrotou a adversária democrata Hillary Clinton com 62,9 milhões de votos em um País de 231,6 milhões de eleitores, portanto, foi eleito por apenas 27% da população votante e 19% da população em geral, graças ao voto distrital³³. E foi assim que o voto dos delegados a favor de Trump, que de acordo com Rosales (2017, p. 49), levou à presidência da primeira potência “um personagem de trajetória obscura, dominado por seus impulsos e que parece que governa por meio de tweets”.

³¹ Conforme reportagem da Gazeta do Povo de 01 de junho de 2020, disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/inquerito-fake-news-stf-historico/>, acessada em 06 de junho de 2020.

³² Ibidem

³³ Diferente do modelo eleitoral brasileiro, onde o candidato mais votado pelos cidadãos é eleito para a presidência do país, nos EUA as eleições nacionais acontecem por meio de um sistema de votação indireto, com a distribuição de delegados em cada estado, eleitos pela população da região. O cidadão norte-americano não vota diretamente no candidato à presidência, mas sim, elege os delegados em seu estado. Esses delegados, por sua vez, votam nos candidatos ao cargo de presidente. Na maioria das vezes, eles ratificam a preferência de opinião em seu estado. Diferente do Brasil onde o voto é obrigatório, nos EUA ele é facultativo. Conforme reportagem da EBC disponível em <https://www.ebc.com.br/noticias/internacional/2012/10/saiba-como-funcionam-as-eleicoes-nos-estados-unidos>, acessada em 06 de junho de 2020.

É o resultado de uma campanha baseada na emoção, que deixou de lado a análise objetiva e racional. É preciso reconhecer que a candidata alternativa não era a melhor, mas é indigno que o fato tenha lugar na democracia mais antiga do planeta e que seus autores, na pós-verdade ou post-truth, defendam-se com cinismo para voltar à batalha.

E a fama de Trump enquanto empresário e homem da mídia televisiva este associada à relativização da verdade. Segundo Townsend (2017, p. 44), Donald Trump passou toda sua vida faltando com respeito à verdade e funcionou muito bem nos negócios, em *reality show* e na política – sobretudo na eleição da qual o empresário saiu vitorioso.

E, embora o tamanho e a ousadia de suas falsidades o tenham convertido no epicentro do terremoto mundial da pós-verdade, é indiscutível que a mentira é uma velha ferramenta política em todos as partes. A grande novidade é o seu nível de aceitação entre uma parcela do eleitorado dos Estados Unidos, algo impensável em um país que nunca havia perdoado a falsidade, como demonstraram Watergate e tantos outros casos emblemáticos do puritanismo idiossincrático norte-americano.

O discurso de campanha de Trump exaltava uma instabilidade constante que se refletia em batalhas que deveriam ser travadas contra inimigos dos norte-americanos. Conforme aponta Dáncona (2017, p. 25) “em vez de alimentar à força o eleitorado com um inventário de fatos e detalhes do seu currículo, ele bramiu uma narrativa que impôs, até certo ponto, uma ordem abrupta sobre as complexidades mutáveis da vida moderna”.

Ele foi explicitamente desagregador ao prometer a proibição da imigração de muçulmanos, um muro ao longo da fronteira com o México, um retorno ao protecionismo econômico. No entanto, esse foi o ponto: oferecer à grande massa de eleitores brancos uma série de inimigos contra quem eles poderiam se unir, uma história na qual seriam capazes de desempenhar um papel mítico de “tornar a América novamente grande”

Durante o seu mandato houve a adoção de uma substituição da realidade objetiva sobre a qual menciona Townsend (2017, p. 45):

E assim, um exemplo após o outro (132 falsidades de Trump apenas em seu primeiro mês, segundo o jornal *The Washington Post*), esta presidência orwelliana está revelando uma perturbadora estratégia: substituir a realidade objetiva por uma alternativa, silenciar os principais meios de comunicação e limpar toda a dissidência. Uma fórmula perfeita de manipulação da opinião pública, para os tempos onde a pós-verdade corre. Pelo menos é isso que pretendem.

Trump passou a usar o termo “fatos alternativos” para também atacar a imprensa. Isso se deu logo após a cerimônia de posse de Trump como Presidente, qualificada pela imprensa como menos prestigiada pelo público do que o evento que empossou Barack Obama, em 2009, diante de fotos publicadas pelos dois eventos em que claramente havia essa percepção visual de distinção.

Conforme revela Dáncona (2017, p. 23), diante dessa avaliação da mídia, no mesmo dia Sean Spicer, o novo secretário de imprensa da Casa Branca convocou uma entrevista coletiva especial, sob as ordens de Trump, e insistiu que “foi a maior audiência de todos os tempos em uma cerimônia de posse, presencialmente em todo o mundo e ponto final.” No dia seguinte a insistência da Casa Branca se refletiu em uma investida ainda mais incisiva do governo no canal NBC que cunhou a expressão que seria marca de seu mandato e marcaria a pós-verdade.

Coube a Kellyanne Conway, assessora do Presidente, encontrar um modo de enquadrinhar o círculo epistemológico e fazer a conciliação da afirmação falsa com a prova fotográfica. No dia seguinte, no programa jornalístico Meet The Press, da rede NBC, Conway disse para Chuck Todd que havia uma explicação perfeitamente razoável: 'não seja tão radical em relação a isso Chuck. Você está dizendo que é mentira (...), Sean Spicer, nosso secretário de imprensa, apresentou *fatos alternativos* a isso'.

Wichowski (2019) afirma que essa conduta é praticamente uma autodeclaração da exposição de mentiras ao público, colocando o trabalho de jornalistas em xeque e o eleitor contra os veículos tradicionais de imprensa porque justamente não existe alternativa a um fato.

É só outra maneira de dizer “estou mentindo”. Não há outra forma de dizer isso, é apenas isso. E é uma das maiores. Eu lembro de ficar pasma quando ouvi o termo “fatos alternativos” sendo usado pela primeira vez em público, de uma forma séria e não irônica. Porque a definição da palavra “fato” é algo que é real, algo que é verdadeiro, baseado em evidências.

Para o governo de Trump, Dáncona (2017, p. 24) lembra que, a partir disso, “não havia realidade estável e verificável, apenas uma batalha incessante para defini-la: seus fatos em contraste com os meus fatos alternativos”. Neste contexto a imprensa foi declarada “inimiga” por Trump conforme aponta Townsend (2017, p. 45):

(...) No dicionário trumpista “inimigos” são os jornalistas que cometem a audácia de dizer verdades, de investigar os fatos, de vigiar os abusos de poder e expor a corrupção. Por isso, urge corroer a sua credibilidade. Até

que chegue o momento em que a grande maioria da sociedade creia apenas no presidente e em seus meios servis.

E além de inimiga, a imprensa era acusada por Trump e seus seguidores de produzirem *fake news*, da origem das informações falsas serem justamente de quem denunciava a falsidade de seu discurso. Como consequência destas ações, o agora Presidente Donald Trump, passou a despertar desconfiança de outros países porque o discurso interno e o embate com a imprensa acabaram por reverberar globalmente. Conforme aponta Wichowski (2019), esse comportamento do líder da maior potência econômica mundial afetou as relações diplomáticas dos Estados Unidos com outras nações e a percepção dos EUA como um país estável.

Uma das características positivas que vieram da eleição da administração de Trump, é que as pessoas perceberam que existem consequências reais da 'pós-verdade'. Existem consequências reais da divulgação de notícias falsas, de termos nossos líderes políticos divulgando mentiras. Outros países não confiam em nós como confiavam.

Três afirmações falsas foram largamente disseminadas durante a campanha majoritária dos Estados Unidos. A primeira era que Hillary Clinton estava seriamente doente afetada pelo mal de Parkinson – uma montagem com fotos e vídeos grosseiramente divulgada nas redes sociais com um link do You Tube (**Figura 7**).

Figura 7 – Imagem/reprodução do vídeo com Hillary Clinton



Fonte: You Tube (2016).

A segunda afirmação falsa dizia que, durante o período em que foi secretária de Estado, Hillary aprovou a venda de armas para jihadistas, incluindo o ISIS. A *fake news* foi disseminada como se a fonte oficial da informação fosse um vazamento do Wikileaks, conhecido por divulgar conteúdo secreto.

Em terceiro a notícia de que o Papa havia apoiado Trump com a seguinte manchete que obteve mais de meio milhão de engajamentos nas redes sociais: “Para Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump para Presidente”. Os Relatos de que Sua Santidade endossou o candidato presidencial republicano Donald Trump tiveram origem em um site de notícias falsas³⁴.

Um estudo do BuzzFeed News³⁵ analisou 40 notícias (verdadeiras e falsas) durante 3 meses de campanha e verificou que as Notícias falsas sobre eleição nos EUA tiveram mais alcance que notícias reais. Nos três últimos meses de campanha, 20 histórias falsas, de sites que se dizem informativos e de blogs, relacionadas às eleições geraram 8,711 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no Facebook. No mesmo período, as 20 melhores histórias eleitorais de 19 principais sites de notícias geraram um total de 7,367 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no Facebook.

Mas estas fake news avançaram depois das eleições majoritárias e seguiram com força nas redes sociais. Um estudo da Universidade de Oxford³⁶ mostrou que as *fake news* e textos de ódio de cunho políticos distribuídos nas redes sociais em 2018 nos EUA, quando acontecem eleições legislativas, já era maior que o fluxo desses materiais durante a corrida presidencial que consagrou Trump como o novo presidente americano, ou seja, as notícias falsas seguiram com força mesmo após o pleito do executivo.

Mas existiria uma rede organizada de disseminação de *fake news*? D’Ancona (2018, p.50) afirma que existe uma indústria multibilionária da desinformação, explica ainda que as campanhas de desinformação têm como propósito semear dúvida, em vez de triunfar de imediato no “tribunal da opinião pública” e que “a ascensão dessa indústria traiçoeira coincidiu com a metamorfose maciça da

³⁴ Conforme o site Estadão apurou, disponível em <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/fake-news-nas-eleicoes/>, acessado em 07 de junho de 2020.

³⁵ Conforme reportagem do G1, disponível em <http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>, acessado em 07 de junho de 2020.

³⁶ Disponível em <http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2018/11/US-Polarisation-and-Junk-News-Midterm-2018.pdf>, acessado em 07 de junho de 2020.

paisagem midiática e com a revolução digital”.

Um personagem em especial dessa indústria da desinformação é apontado por estar de trás de toda essa lógica de subversão da realidade que orientou o discurso Trump nas eleições e depois em, seu mandato como Presidente – é preciso falar de Steve Bannon. Segundo Zarzalejos (2017, p. 12), antes de chegar ao estrelado na campanha de Trump, Bannon era diretor de um site, Breitbart News, que faz publicações acusadas de terem traços racistas e de supremacia branca.

O mestre destas novas técnicas é o norte-americano Steve Bannon, atual diretor do portal de notícias Breitbart News, um porta-voz dos extremistas da Alt-right. Bannon é o inspirador da ruptura do paradigma convencional que prevaleceu na política norte-americana – ocidental – e que está construindo uma enorme bolha de tensão e hostilidade, criando a energia que um político como Trump necessita para tornar tudo imprevisível e confundir a cultura pública dos sistemas políticos das democracias mais desenvolvidas.

Este site, assim como outros veículos alternativos da direita radical, de acordo com um relatório do Media Lab do Massachusetts Institute of Technology (MIT), junto com outros especialistas de comunicação, aponta que foram responsáveis por fabricar notícias falsas durante as eleições. Segundo Zuckerman³⁷, ao site El País, “O que vimos é que o site Breitbart e os veículos da direita que ele liderava tiveram uma grande influência no momento de pautar sobre o que as pessoas deveriam falar, basicamente sequestrando a agenda na eleição de 2016. No começo da campanha as pessoas não falavam muito de imigração, mas em parte pelo Breitbart e em parte por Trump a imigração se transformou no assunto primordial”.

Depois de ter comandado a comunicação da campanha de Trump em 2016, Bannon ficou pouco tempo no governo, tendo saído em agosto de 2017. Após a saída, teve algumas divergências públicas com o presidente norte-americano e, recentemente, comanda uma fundação que busca promover a chamada “direita alternativa” no mundo cuja ideia é incentivar candidaturas com esse perfil que sejam também anti-establishment³⁸.

Um fato em especial nos dá um indicativo de que a inspiração norte-americana ao então candidato de extrema direita Jair Bolsonaro, nas eleições

³⁷ Entrevista do pesquisador ao site El País, disponível em https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html, acessado em 07 de junho de 2020.

³⁸ Termo em inglês para significar posição contra a ordem política estabelecida, segundo o dicionário Infopédia, disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa-aa/anti-establishment>, acessado em 06 de junho de 2020.

presidenciais brasileiras de 2018 não foi ao acaso. Em agosto de 2018 ocorreu um encontro entre Bannon e Eduardo Bolsonaro, filho do então candidato Jair Bolsonaro, atuando com um conselheiro informal da campanha presidencial de Jair Bolsonaro para as eleições de outubro de 2018. Na ocasião³⁹, Eduardo Bolsonaro afirmou que Bannon se colocou à disposição para ajudar nas atividades de inteligência da campanha, ações na internet e análise de dados, sem incluir qualquer auxílio financeiro e acabou tornando-se uma espécie de assessor informal da família Bolsonaro.

No Brasil, a exemplo do caso norte-americano, o fenômeno das *fake news* também esteve presente nas eleições Presidenciais em 2018 entre Jair Bolsonaro, do PSL e Fernando Haddad, do PT. Em cerca de 70 dias desde o início da campanha eleitoral, as iniciativas de checagem de fatos⁴⁰ tiveram de desmentir mais de 100 boatos contra o candidato à Presidência Fernando Haddad e seu partido.

Uma das mais emblemáticas *fake news* foi a que circulou pelo Facebook em que a foto da candidata à vice-presidente Manuela D'Ávila na chapa de Haddad é mostrada com uma camiseta preta com a afirmação “Jesus é Travesti”, em uma clara afronta aos valores de cristianismo defendidos pelo opositor Jair Bolsonaro. A imagem (Figura 8), em publicação destacada do Brasil de Fato⁴¹, foi posteriormente atestada como *fake news* pelas agências de checagem.

³⁹ Conforme reportagem da Revista Época em 09/08/2018, disponível em <https://epoca.globo.com/filho-de-bolsonaro-diz-que-marqueteiro-de-trump-vai-ajudar-seu-pai-22963441>, acessada em 06 de junho de 2020.

⁴⁰ Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>, acessado em 06 de junho de 2020.

⁴¹ Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/10/05/a-fake-news-do-whatsapp-de-bolsonaro-pode-ser-combatida>, acessado em 07 de junho de 2020.

Figura 8 – Comparativo na Fake News sobre Manuela D'Ávila



Fonte: Brasil de Fato (2018).

Outra fake news que mereceu destaque durante as eleições foi o caso do “Kit Gay”, atribuído pelo candidato Jair Bolsonaro ao Partido dos Trabalhadores, em uma tentativa deste, implantar nas escolas uma espécie de manual didático sobre sexualidade na infância chamado “Aparelho Sexual e Cia”, incitando a questão da homossexualidade como prática que deveria ser ensinada às crianças, conforme inclusive relatou o candidato ao Jornal Nacional da Rede Globo (Figura 9).

Figura 9 – Reprodução de entrevista de Bolsonaro no Jornal Nacional



Fonte: Portal G1 (2018).

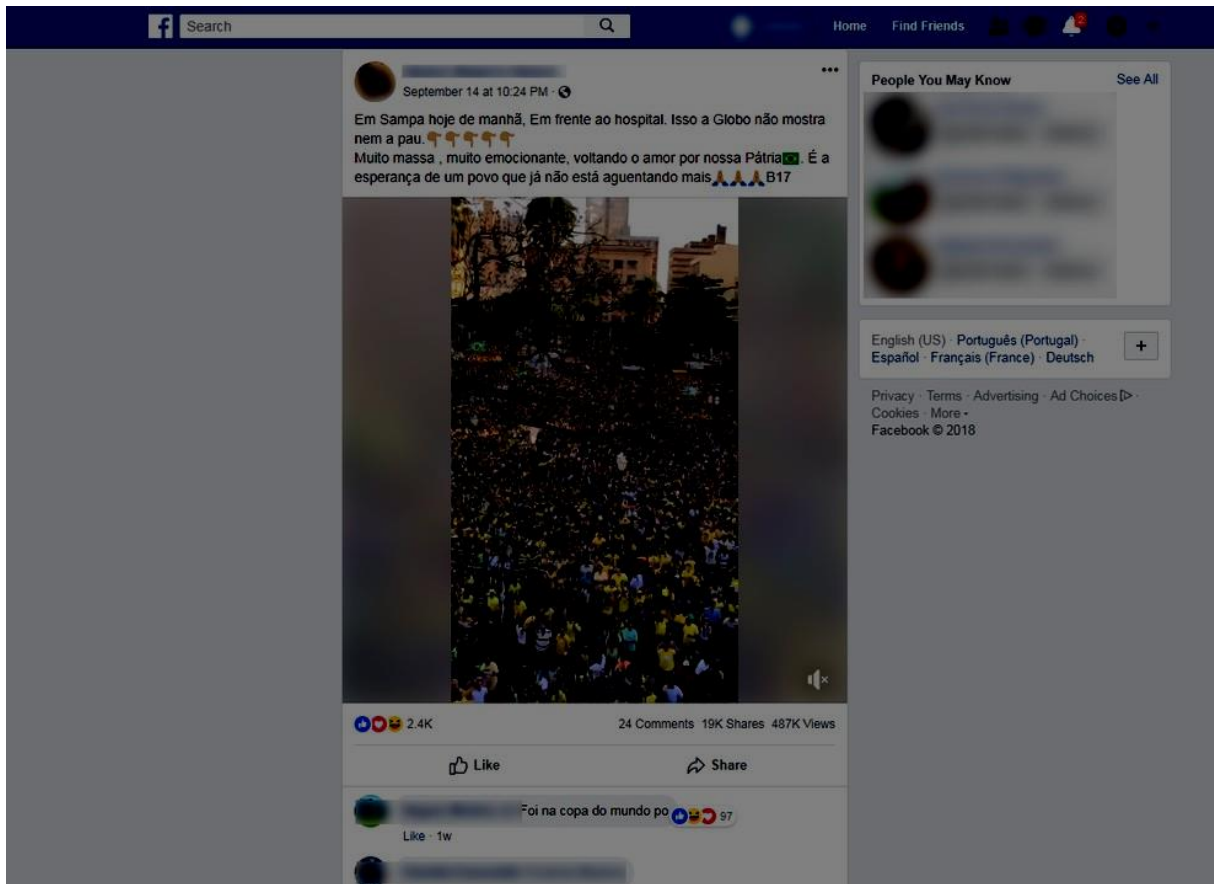
O fato também foi exposto nas redes sociais em um vídeo do candidato Bolsonaro que contabilizou mais de 500 mil visualizações. Na época, o ministro Carlos Horbach, do Tribunal Superior Eleitoral, determinou a remoção do vídeo por entender que houve difusão da informação equivocada de que o livro em questão teria sido distribuído pelo MEC, gerando desinformação no período eleitoral, com prejuízo ao debate político. A decisão amplamente divulgada pela imprensa⁴² afirmava que “O próprio Ministério da Educação já registrou, em diferentes oportunidades, que a publicação em questão não integra a base de livros didáticos distribuídos ou recomendados pelo governo federal”.

Levantamento do Congresso em Foco mostra que, ao todo, foram 123 checagens de boatos diretamente ligados a Haddad, de esquerda, e ao candidato de extrema-direita Jair Bolsonaro desmentidos desde 16 de agosto. As agências de checagem Lupa e Aos Fatos e o projeto Fato ou Fake, do Grupo Globo, tiveram de desmentir pelo menos 104 “*fake news*” contra Haddad e o PT e outras 19 prejudiciais a Bolsonaro e seus aliados. O total de 123 checagens de notícias falsas foi equivalente a quase dois boatos desmentidos por dia.

Entre os boatos mais compartilhados nas redes está um vídeo divulgado no Facebook que supostamente seria de um “ato pela saúde de Bolsonaro”, após o candidato ser esfaqueado durante ato de campanha (Figura 10).

⁴² Conforme Conjur, disponível em <https://www.conjur.com.br/2018-out-16/ministro-tse-determina-remocao-videos-kit-gay>, acessado em 07 de junho de 2020.

Figura 10 – Imagem do vídeo “Ato pela saúde de Bolsonaro”



Fonte: Facebook (2020).

Segundo levantamento da Agência Lupa, essa foi a “notícia” falsa mais compartilhada durante o período do primeiro turno, com 238,3 mil compartilhamentos. A própria Lupa, Aos Fatos e Fato ou Fake⁴³ mostraram que a foto registrando milhares de pessoas em uma avenida era, na verdade, de torcedores assistindo a um jogo da seleção brasileira na Copa do Mundo em Campinas (SP), e não na porta do hospital onde Bolsonaro estava internado, como diz a legenda.

Além de disseminar *fake news*, Bolsonaro costuma atribuir culpa à imprensa por divulgar o que ele considera “inverdade”. O fato é que isso ocorre quando são divulgadas notícias que desagradam ao Presidente que muitas vezes reage tentando descredibilizar os jornalistas e seus veículos, como veremos no próximo subcapítulo.

⁴³ Conforme apuração do canal Fato ou Fake, do G1, disponível em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/28/e-fake-que-video-mostra-multidao-em-frente-a-hospital-onde-esta-bolsonaro.ghtml>, acessado em 06 de junho.

3.4 ATAQUES À IMPRENSA PELO PRESIDENTE BOLSONARO

Em alguns momentos, como o caso Marielle, destacados pela BBC⁴⁴ Jair Bolsonaro mirou as críticas à imprensa e aos jornalistas. Sobre a vereadora assassinada no Rio de Janeiro, a TV Globo veiculou uma reportagem em outubro de 2019, sobre a investigação do caso ocorrido em 14 de março de 2018. Nesta reportagem investigadores do caso ouviram um porteiro do condomínio onde Bolsonaro morava quando houve o ataque – o mesmo condomínio onde vivia Ronnie Lessa, acusado de disparar os tiros fatais.

Logo após a divulgação, Bolsonaro fez uma transmissão ao vivo no Facebook criticando a TV Globo e se dizendo vítima do que ele classificou como uma “patifaria”. “É uma canalhice o que vocês fazem, TV Globo. Uma canalhice, fazer uma matéria dessas em um horário nobre, colocando sob suspeição que eu poderia ter participado da execução da Marielle Franco”, declarou Bolsonaro na plataforma.

Em 20 de dezembro de 2019, Bolsonaro se irritou com um jornalista que lhe questionou – em coletiva de imprensa – o que deveria ocorrer com seu filho Flávio Bolsonaro caso se comprovasse que ele cometeu crimes. O Presidente afirmou: “Você tem uma cara de homossexual terrível. Nem por isso eu te acuso de ser homossexual. Se bem que não é crime ser homossexual”.

Em 18 de fevereiro de 2020, em frente ao Palácio da Alvorada, Bolsonaro fez um comentário de cunho sexual sobre a repórter Patrícia Campos Mello, do jornal Folha de S.Paulo. “Ela queria dar o furo”, disse o presidente diante de um grupo de simpatizantes. Após uma pausa, Bolsonaro concluiu: “A qualquer preço contra mim”.

Este comportamento hostil e agressivo do Presidente foi observado também durante a crise do Covid-19, como veremos em nossas análises. Grande parte da comunidade científica tem gasto seu tempo não apenas para informar a população sobre os cuidados para evitar a transmissão da Covid-19 e as projeções numéricas de infectados que impediriam o colapso dos sistemas de saúde, mas cientistas no mundo inteiro têm utilizado o tempo para desfazer informações mentirosas ou convencer governantes oportunistas de que a ciência pode auxiliar na tomada de decisões que podem evitar a morte de vidas.

⁴⁴ Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52553647>, acessado em 07 de julho de 2020.

Em nota um repúdio foi publicado pela FENAJ em 3 de maio, Dia Mundial da Liberdade de Imprensa. A FENAJ publicou novos dados de ataques do Presidente da República contra o Jornalismo e os jornalistas brasileiros. De acordo com este monitoramento⁴⁵, somente no ano de 2020 Bolsonaro (até o dia 03 de maio) havia proferido 179 ataques à imprensa, sendo 28 ocorrências de agressões diretas a jornalistas, duas ocorrências direcionadas à FENAJ e 149 tentativas de descredibilização da imprensa.

A FENAJ monitorou os pronunciamentos oficiais do presidente Bolsonaro publicados como entrevistas e discursos pelo site do Planalto e as postagens no perfil pessoal no Twitter e Facebook, além de lives e vídeos publicados no YouTube, nos quais os ataques ocorrem com mais frequência, por serem feitos em frente ao Palácio do Planalto, onde os profissionais jornalistas aguardavam diariamente os pronunciamentos do presidente. Além disso, esse discurso contra a imprensa também esteve relacionado estreitamente à crise do Covid-19, conforme relata a FENAJ em seu site.

As declarações continuam agressivas quando relacionadas ao contexto do coronavírus. Ele tenta responsabilizar a imprensa por um “caos” ou “histeria” com relação à doença e chegou a chamar os profissionais de “urubus”, além de zombar das condições de trabalho dos profissionais jornalistas enquanto esperam por suas declarações afrontosas. A importância do jornalismo no combate ao coronavírus é reconhecida mundialmente. Em pronunciamento pelo Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, o secretário-geral das Nações Unidas, António Guterres, declarou que “Jornalistas e profissionais da mídia são cruciais para nos ajudar a tomar decisões informadas. À medida que o mundo luta contra a pandemia da Covid-19, essas decisões podem fazer a diferença entre a vida e a morte”. A diretora-geral da UNESCO, Audrey Azoulay, cunhou o conceito de “infodemia”, para contextualizar o que seria “uma segunda pandemia de desinformação”, com boatos que vão “desde conselhos prejudiciais à saúde até teorias conspiratórias ferozes”. E que “a imprensa fornece o antídoto”.

Em reportagem à Folha de São Paulo⁴⁶, o professor da FGV-SP Oscar Vilhena afirmou que os atos de Bolsonaro configuraram crime de responsabilidade previsto na Constituição.

O presidente mais uma vez hostiliza os meios de comunicação e em particular a Folha de S.Paulo. Esse tipo de conduta volta-se a intimidar e

⁴⁵ Disponível em <https://fenaj.org.br/presidente-e-o-maior-responsavel-por-ataques-a-liberdade-de-imprensa-no-pais/>, acessado em 02 de junho de 2020.

⁴⁶ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/ataque-a-imprensa-mostra-disposicao-autoritaria-e-antidemocratica-de-bolsonaro-dizem-estudiosos.shtml>, acessado em 02 de julho de 2020.

constranger o livre exercício da liberdade de imprensa. Ao afrontar o exercício de direito fundamental previsto na Constituição o presidente evidentemente incorre na hipótese do artigo 85, inciso 3.

Ao estudar ataques à democracia ao longo da história e apresentar as ameaças de Bolsonaro à imprensa, Rezende e Faleiros (2019, p.72) concluem que o Brasil vive um período de insegurança democrática: o Governo vê com bons olhos meios repressivos do passado, como a censura, a solução de seus males e ataca os meios de comunicação que são bases do sistema democrático de direito.

Discursos que visam desestabilizar nossa frágil democracia voltam à tona e tomam o centro do debate. Elogios a períodos conturbados de repressão e intolerância à oposição servem de alertas para que os pilares da democracia fiquem de pé, tentando não fazer com que o passado volte a assombrar e acabe, manchando nossos livros de história. (REZENDE E FALEIROS, 2019, p.73)

Entretanto, durante a crise, a imprensa não recuou – assumiu um papel essencial com a articulação de vários veículos para o combate à infodemia. É o caso das agências de *fact-checking* como o Projeto Comprova, Fato ou Fake do portal G1 e a Agência Lupa da Revista Piauí. Esta articulação dos veículos, fundamental para a democracia, é o assunto do próximo tópico, quando abordaremos os mecanismos de checagem de desinformação.

3.5 FACT-CHECKING COMO CONTRAMEDIDA

A checagem de informações é fundamental diante da disseminação desenfreada de *fake news*. Kovack e Rosenstiel (2003) contribuem com a reflexão sobre o processo de checagem no jornalismo:

O instinto da verdade não é menor hoje, na era da nova mídia e das fontes proliferantes, do que era antes. Mais interpretação pode acabar em cacofonia e desviar a atenção do leitor para o lado mais superficial da verdade, o nível que deve ser parte do processo de seleção depois que os fatos foram estabelecidos. É um erro passar ao estágio interpretativo antes de apurar o que realmente aconteceu. Em lugar de correr para acrescentar contexto e interpretação, a imprensa precisa se concentrar na síntese e na verificação. Que tire fora o rumor, a insinuação, o insignificante e engraçadinho e se concentre no que é verdadeiro e importante em uma história. À medida que os cidadãos encontram um grande fluxo de dados – e não menos – fontes identificáveis para verificar aquela informação, apontando o que é mais importante para saber e descartando o que não é. (KOVACK; ROSENSTIEL, 2003, p. 77)

Mas foi apenas nos anos 2000, mais especificamente em 2003, que surgiu a primeira entidade dedicada exclusivamente à atividade de *fact-checking*, o site FactCheck.org, do Annenberg Public Policy Center da Universidade da Pensilvânia. Ao menos desde as eleições presidenciais norte-americanas de 2008 o movimento ganhou caráter internacional e multiplicou seu campo de atuação e relevância no cenário político e midiático pelo globo. Foi neste ano que a questão ganhou relevo nos EUA com o esclarecimento do rumor disseminado durante a campanha eleitoral com relação ao local de nascimento do então candidato democrata Barack Obama.

De forma sucinta a atividade de *fact-checking* pode ser definida como uma forma de jornalismo de prestação de contas, dedicada a dar publicidade a erros factuais, independentemente de sua fonte. Vale ressaltar, por sua relevância, a definição dada pelo American Press Institute, conforme Amazeen (2015):

Fact checkers e organizações de fact-checking têm por finalidade aumentar o conhecimento disponível, emitindo relatórios mediante a pesquisa de alegados fatos contidos em declarações publicadas ou gravadas feitas por políticos ou quaisquer outras pessoas cujas palavras tenham impacto na vida de outros. Fact checkers investigam fatos verificáveis e seu trabalho é livre de vinculações partidárias, defesa de temas políticos ou retórica. O objetivo do fact-checking deve ser o de fornecer informação clara e rigorosamente controlada aos consumidores, para que eles possam usar os fatos de modo a fazer escolhas plenamente conscientes no ato de votar ou em outras decisões essenciais.

Os checadores do mundo têm uma rede internacional (o International Fact-checking Network – IFCN, do Poynter Institute), um código de princípios, uma conferência global anual e um dia internacional do *fact-checking* – dia 2 de abril, o dia seguinte ao da mentira. Diante da disseminação de notícias falsas e o comportamento do público em relação ao que se produz, a tendência é de que os grandes veículos de comunicação, diante de suas redações cada vez mais enxutas, tenham que usar cada vez mais a mão de obra de agências de checagem para auxiliar nesse processo.

Uma série de critérios objetivos e claros pode ser utilizada para justificar a escolha do material a ser analisado que não sejam apenas os científicos ou jornalísticos. É preciso atentar que nem toda informação é passível de ser verificada no que toca à sua veracidade.

Divulgar o método utilizado para as checagens no site não é apenas uma decisão para aliviar a curiosidade dos leitores, mas parece ser um exercício de

confiança mútua, princípio básico do *fact-checking*. Geralmente, as checagens de discurso nos mais variados sites de *fact-checking* seguem um caminho parecido – escolher um discurso que seja relevante em escala pública, especialmente na área política; checar fontes diversas, começando pela fonte original, isto é, pela pessoa que fez a declaração; verificar dados e informações, em sites abertos ao público ou em bancos de dados pagos; contextualizar a situação, a partir de declarações de especialistas na área; e qualificar a declaração, de acordo com o resultado alcançado através da comparação de dados.

Por meio do artigo “*Fake News e fact-checking* nas eleições presidenciais de 2018: um estudo qualitativo sobre o projeto Comprova”, Fontes, Silva e Kniess (2019), analisam o projeto Comprova (Figura 09), que contou com repórteres de diversas empresas jornalísticas na checagem e divulgação do que era *fake news* durante o pleito de 2018 tomando como base quatro grandes princípios: integralidade e imparcialidade; independência; transparência; responsabilidade ética na apuração. Segundo o site do Comprova⁴⁷ a iniciativa foi criada para verificar a veracidade de conteúdos suspeitos que viralizaram nas redes sociais durante as eleições presidenciais daquele ano. Por três meses, jornalistas de 24 veículos de comunicação monitoraram redes sociais e aplicativos de mensagens para localizar e checar informações duvidosas relacionadas ao pleito.

⁴⁷ Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/segunda-fase-do-projeto-comprova/>, acessado em 23 de junho de 2020.

Figura 11 – Veículos integrantes do Projeto Comprova



Fonte: <https://projetoconprova.com.br>.

Os pesquisadores destacam que “demonstrar o que é verdadeiro, falso ou impreciso – a partir das técnicas tradicionais de apuração da atividade – nos conteúdos dispostos no debate público foi a tarefa assumida por essa modalidade específica de atuação jornalística” (Fontes, Silva e Kniess, 2019, p. 2).

Entretanto, o alcance e o ambiente em que são disseminadas essas checagens não são exatamente os mesmos da própria *fake news*.

(...) o alcance desse conteúdo de checagem já foi sondado, sendo apontado que as notícias que imputam o rótulo de falso a um conteúdo são mais consumidas do que aqueles que reconhecem a veracidade de uma declaração ou notícia (FRIDKIN; KENNEY; WINTERSIECK, 2015). Não menos importante é o ambiente onde são veiculadas as notícias falsas pois, ao utilizarem redes sociais, os indivíduos tendem a checar menos o que lhes é informado, em comparação com outros contextos de consumo de informação (MEN; JUN; JOHAR, 2017). (Fontes, Silva e Kniess, 2019, p. 6).

Para Prego (2017, p. 20) a atividade dos jornalistas dedicados à verificação dos fatos é limitada, ainda, a um consumo muito pequeno, principalmente das elites, e não alcança o público em geral. Por isso as checagens em 2019 do Comprova foram também mais complexas na avaliação do próprio projeto. De acordo com os

jornalistas do Comprova⁴⁸, “as apurações exigiram mais tempo e esforço e demandaram narrativas mais atraentes”. As reportagens, na concepção do Comprova, nesta segunda fase, deveriam ser capazes de competir com as informações suspeitas, principalmente quando os conteúdos se mostraram falsos ou enganosos, com potencial de causar danos à sociedade. Por isso optou “por publicar verificações ainda mais transparentes, convidando os leitores para refazer os caminhos das investigações e compartilhamos com eles todos os materiais reunidos pelas apurações”.

Fontes, Silva e Kniess (2019) também diferenciaram o processo tradicional de checagem típica da atividade do jornalismo do mecanismo *fact-checking* usado por agências, veículos de comunicação e pelo próprio projeto Comprova em 2018 – que foi o objeto pesquisado por eles. “(...) mesmo que no cotidiano sejam muito criteriosos e precisem ter certeza da veracidade das informações veiculadas, no Comprova o trabalho deveria ser ainda mais rigoroso, uma vez que apenas um erro poderia comprometer a credibilidade do projeto como um todo”, apontam os relatos (2019, p. 11). A checagem era feita por profissionais de dois veículos que participavam do Comprova e a verificação do procedimento e das fontes usadas nesta checagem era feita por outros dois profissionais de, pelo menos, dois veículos distintos ao que checou – só aí é que o material analisado recebia o selo de *fake news* e a chancela do *fact-checking*.

Para Prego (2017, p. 21) as próprias redes sociais digitais teriam que criar mecanismo de proteção ao conteúdo verídico ao combater as *fake news*, oferecendo filtros.

É fato que têm sido desenvolvidos com sucesso, nos últimos anos, projetos de verificação dos fatos – o que, no mundo anglo-saxão, recebe o nome de *fact-checking* –, mas enquanto este esforço não for incorporado por grandes companhias, como o Google ou o Facebook, a batalha contra a viralização das mentiras ou das meias-verdades não produzirá efeitos sociais com relevância mínima.

Ao mesmo tempo aos cidadãos, no âmbito democrático, é esperado que colaborem e tomem consciência da importância da filtragem de informações falsas, conforme aponta Prego (2017, p. 21):

⁴⁸ Ibidem

Enquanto não houver uma participação massiva por parte das populações interessadas na luta contra a manipulação, orientada a apresentar como certas informações falsas têm, em sua maioria, o objetivo de conduzir a cidadania a uma direção ou a posições determinadas, o jornalismo estará seriamente ameaçado e, à medida em que o jornalismo estiver nesta posição, estarão também a saúde das democracias ocidentais. Ou seja, o mundo livre.

Durante a pandemia da Covid-19, um expediente especial do Projeto Comprova sobre o novo Coronavírus englobou os 24 veículos de comunicação que compõem a coalizão em prol do combate às *fake news*. Os veículos passaram a se dedicar ao monitoramento das redes sociais e aplicativos de mensagens em busca de informações duvidosas sobre o vírus e a doença. Fazem parte da coalizão do Comprova veículos impressos, radiofônicos, televisivos e digitais de grande alcance, como Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, SBT, Band News FM e UOL, entre outros. Segundo o Comprova⁴⁹, além de reforçar a capacidade de verificação dos conteúdos já desenvolvida por diversas iniciativas no Brasil e no mundo, o objetivo da iniciativa é expandir a disseminação das informações verdadeiras.

O Fato ou Fake, do Portal G1, também investiu nas checagens de *fake news* durante a pandemia. Desde o início da crise a equipe do Fato ou Fake verificou textos, áudios e vídeos que têm se propagado na internet e no celular. Segundo o Fato ou fake⁵⁰, entre as mensagens falsas estavam promessas de cura da doença, boatos que envolvem chá de jambu, água tônica, limão e bicarbonato, café, vinho, sal e vinagre, alho e vitamina C e falsas técnicas como auto-hemoterapia, soroterapia e ozonioterapia.

A agência Lupa também expandiu o seu trabalho de checagem habitual e começou a compartilhar e divulgar as informações através do Projeto Coronaverificado. O projeto concentrou as informações em uma base de dados que poderia ser compartilhada livremente com a condição de que se desse crédito devido à fonte checadora. De acordo com o site:

⁴⁹Disponível em <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/projeto-comprova-inicia-checagem-de-conteudos-sobre-o-novo-coronavirus/>, acessado em 23 de junho de 2020.

⁵⁰Disponível em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/04/30/fato-ou-fake-chega-a-150-checagens-sobre-o-coronavirus-saiba-quais-sao-as-mais-acessadas.ghtml>, acessado em 23 de junho de 2020.

Diante da "infodemia" de rumores e de notícias e conteúdos falsos, os checadores da América Latina se uniram para compartilhar informações verificadas e confiáveis sobre o novo coronavírus e a Covid-19. Ao unir esforços com plataformas também da Espanha e de Portugal, temos a intenção de levar conteúdo de qualidade aos leitores de todos os países que tenham o espanhol e o português como idioma nativo.

Esta "infodemia" alertada pela Agência Lupa é a denominação surgida da disseminação desenfreada de desinformação, como veremos adiante.

3.6 FAKE NEWS NA PANDEMIA DA COVID-19, A INFODEMIA

No âmbito da pandemia do coronavírus o mundo passa a experimentar uma enxurrada de *fake news* ligadas à pandemia que causam desorientação e ameaçam, inclusive, a saúde das pessoas. Troi e Quintilio (2020, p. 5) afirmam que "em diversas partes do globo, além de lidarem com os desafios impostos pelo próprio vírus e os respectivos sistemas de saúde, cientistas, governos locais e sociedade civil organizada têm lutado contra outro inimigo: a desinformação."

Conforme declarado pela OMS, o surto de Covid-19 e a resposta a ele têm sido acompanhados por uma um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa. Por isso a OMS criou uma cartilha para alertar esse problema denominado de Infodemia, termo cunhado pelo jornalista Zarocostas (2020) e adotado pela entidade em suas publicações que⁵¹:

(...) se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa. Na era da informação, esse fenômeno é amplificado pelas redes sociais e se alastra mais rapidamente, como um vírus.

No contexto da pandemia atual, a desinformação pode afetar profundamente todos os aspectos da vida e, mais especificamente, a saúde mental das pessoas, pois a busca por atualizações sobre a Covid-19 na Internet levou muita gente aos

⁵¹ Entendendo a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19 – Folheto informativo – Mais informações sobre a COVID-19. OPAS, 2020. Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext), acessado em 08 de junho de 2020.

sites de busca e a se valer das redes sociais digitais para buscar informação sobre o que ocorria no mundo. Em outras palavras, temos uma situação na qual muitas informações estão sendo produzidas e compartilhadas em todos os cantos do mundo, chegando a bilhões de pessoas. Quantas dessas informações são corretas?

Conduzido pela Escola Nacional de Saúde Pública, da Fiocruz, um estudo⁵² apontou as principais redes sociais propagadoras de notícias falsas sobre o novo coronavírus no Brasil. A pesquisa, que analisou denúncias e notícias falsas recebidas pelo aplicativo “Eu Fiscalizo” entre 17 de março e 10 de abril de 2020, mostrou que as mídias sociais mais utilizadas para disseminação de *fake news* sobre o novo coronavírus foram Instagram, Facebook e WhatsApp – nesta ordem crescente. 10,5% das notícias falsas foram publicadas no Instagram, 15,8% no Facebook e 73,7% circuladas pelo WhatsApp.

Os resultados também apontam que 26,6% das *fake news* publicadas no Facebook atribuem como sendo a Fiocruz a fonte de tais afirmações desinformativas. O estudo ainda revela que 71,4% das mensagens falsas circuladas pelo WhatsApp citam a Fundação como fonte de textos sobre a Covid-19 e com medidas de proteção e combate à doença. A OMS e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), juntas, somam 2% das instituições citadas como fonte de informações sobre cuidados e medidas contra o novo coronavírus em mensagens na plataforma do WhatsApp.

A Organização da Panamericana de Saúde (OPAS), ligada à OMS, alerta que, em uma pandemia, a desinformação pode prejudicar a saúde humana. Muitas histórias falsas ou enganosas são inventadas e compartilhadas sem que se verifique a fonte nem a qualidade. Segundo a OPAS (2020)⁵³ grande parte dessas desinformações sobre a Covid-19 se baseia em teorias conspiratórias; algumas inserem elementos dessas teorias em um discurso que parece convencional.

Estão circulando informações imprecisas e falsas sobre todos os aspectos da doença: como o vírus se originou, a causa, o tratamento e o mecanismo de propagação. A desinformação pode circular e ser absorvida muito rapidamente, mudando o comportamento das pessoas e possivelmente levando-as a correr riscos maiores. Tudo isso torna a pandemia muito mais grave, afetando mais pessoas e comprometendo o alcance e a sustentabilidade do sistema global de saúde.

⁵² Disponível em <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>, acessado em 19 de junho de 2020.

⁵³ Disponível em https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=5, acessado em 08 de junho de 2020.

Um estudo da USP verificou as principais *fake news* disseminadas em relação a tratamentos considerados ineficazes no combate ao Coronavírus que estavam sendo disseminados como verdadeiros nas redes sociais e criou um site⁵⁴ como recomendações e uma espécie de *fact-checking* científico para contrapor as informações falsas disseminadas. Entre elas as principais eram: beber chá de alho; ingerir bebidas quentes; beber água a cada 15 minutos; comer alimentos com o pH superior ao da Covid-19; prender a respiração durante dez segundos; fazer inalações ou lavagens de nariz; vitamina D ou banho de sol.

Pensando nestes problemas informacionais ligados à pandemia, a OMS criou canais de comunicação para difundir o conhecimento científico no meio de uma crise que também é infodêmica, conforme afirma Zarocostas (2020). Imediatamente depois que o COVID-19 foi declarado Emergência de Saúde Pública de Interesse Internacional, a equipe de comunicação de risco da OMS lançou uma nova plataforma de informação chamada Rede de Informação da OMS para Epidemias (EPI-WIN), com o objetivo de usar uma série de amplificadores para compartilhar informações personalizadas com grupos-alvo específicos. Briand⁵⁵ declarou preocupação ao *The Lancet*, conforme nos traz Zarocostas (2020) em relação à desinformação durante a pandemia:

Sabemos que todo surto será acompanhado por um tipo de tsunami de informação, mas também dentro dessas informações. você sempre tem desinformação, boatos etc. Sabemos que mesmo na Idade Média havia esse fenômeno. Mas a diferença agora com a mídia social é que esse fenômeno é amplificado, vai cada vez mais rápido, como os vírus que viajam com as pessoas e vão cada vez mais rápido. Portanto, é um novo desafio, e o desafio é o [momento], porque você precisa ser mais rápido se quiser preencher o vazio ... O que está em jogo durante um surto é garantir que as pessoas façam a coisa certa para controlar a doença ou para mitigar seu impacto. Portanto, não é apenas informação para garantir que as pessoas sejam informadas; também garante que as pessoas sejam informadas a agir de maneira adequada.

A preocupação é a mesma da OPAS que afirma ser “fundamental interromper este ciclo perigoso: a desinformação que se expande no mesmo ritmo que a produção de conteúdo, e as vias de distribuição se multiplicam”. Assim, a própria infodemia acelera e perpetua a desinformação.

⁵⁴ Disponível em <https://www.covidverificado.com.br/>, acessado em 19 de junho de 2020.

⁵⁵ Sylvie Briand é diretora de Gerenciamento de Riscos Infecciosos no Programa de Emergências em Saúde da OMS e arquiteta da estratégia da OMS para combater o risco infodêmico.

Entre as medidas para combater as *fake news* durante a pandemia, OMS também se comunicou com mecanismos de busca, redes sociais e empresas digitais (Facebook, Google, Tencent, Baidu, Twitter, TikTok, Weibo, Pinterest, entre outras) para excluir mensagens falsas e promover informações precisas de fontes confiáveis, como os Centros para Controle e Prevenção de Doenças dos Estados Unidos e a própria OMS, entre outros.

Neste sentido o Facebook anunciou que daria à OMS acesso vitalício e gratuito à plataforma Facebook Ads, usada para veicular anúncios publicitários de vários tipos. A ideia é que, com essa ferramenta possa descortinar campanhas de desinformação sobre o vírus. A plataforma também divulgou⁵⁶ que começaria a notificar usuários que se envolveram com postagens falsas sobre a COVID-19 que podem causar danos físicos às pessoas e retirou centenas de milhares de postagens falsas que poderiam ser prejudiciais e, em março, exibiu avisos sobre outros 40 milhões de declarações duvidosas relacionadas ao vírus, sem removê-las.

O Twitter adotou a mesma política ao sinalizar postagens de conteúdo duvidoso e confrontá-las com fontes da imprensa. O Twitter sinalizou como *fake news* uma postagem⁵⁷ do Presidente Donald Trump, dos EUA, no dia 25 de maio em que eram apontadas supostas fraudes em votações por correio nos Estados Unidos. Esses tuítes do Presidente passaram a ser acompanhados de um link para o que o Twitter chamou de “fatos sobre votações por correio”. Esse link, que não aparecia para todos os usuários da plataforma, levava a uma página que contesta as alegações do presidente a partir de reportagens de dois veículos de mídia que Trump considera inimigos: CNN e Washington Post.

No Brasil, durante a crise, o grupo de pesquisa MIDIARS⁵⁸ tem estudado o comportamento da desinformação nas conversações, sobretudo, no Twitter. Neste ensaio, Recuero (2020) apresenta um grafo (Figura 11) que mostra uma pequena foto da rede de conversação no Twitter no Brasil que usou o termo “coronavírus” no dia 23 de março, durante um período de 24 horas. Segundo a pesquisadora, são originalmente mais de 300 mil *tweets*, porém foram separados apenas aqueles que

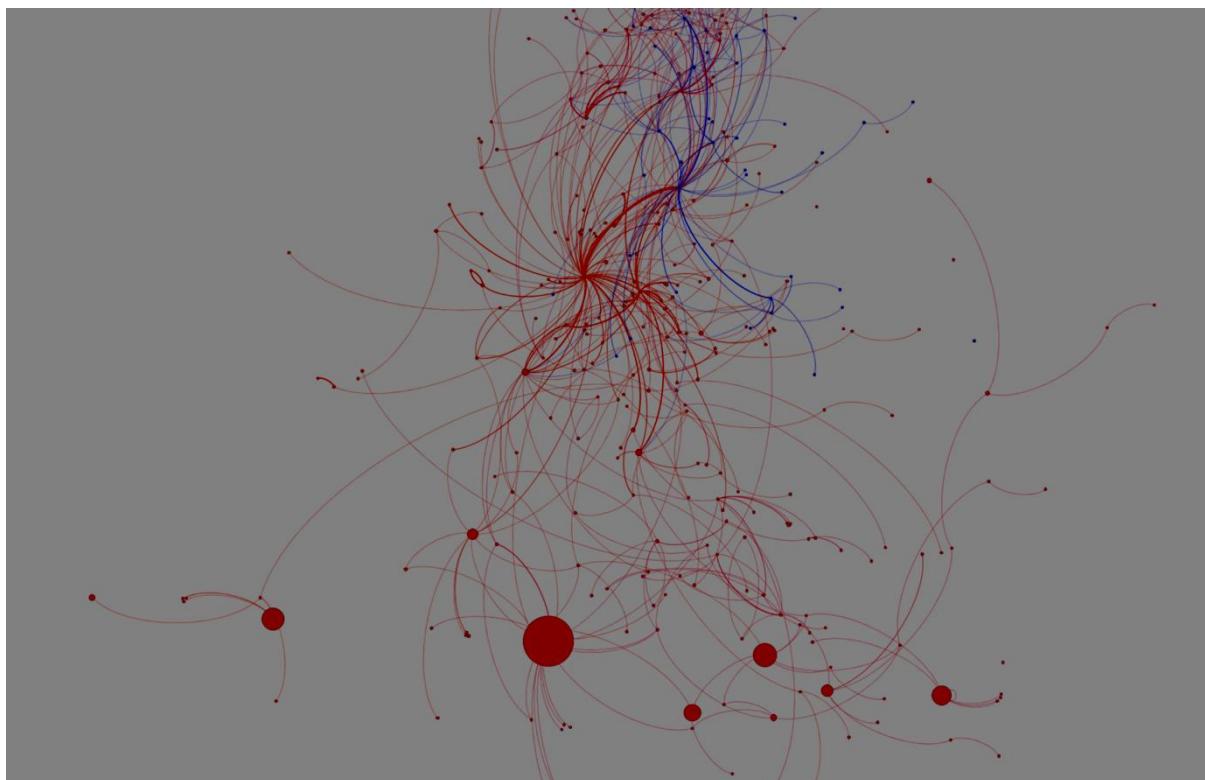
⁵⁶ Segundo reportagem da Exame, disponível em <https://exame.com/tecnologia/facebook-vai-notificar-pessoas-que-reagirem-a-fake-news-sobre-coronavirus/>, acessado em 08 de junho de 2020.

⁵⁷ Conforme reportagem da BBC, disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52832011>, acessado em 08 de junho de 2020.

⁵⁸ Disponível em <https://medium.com/@raquelrecuero/desinforma%C3%A7%C3%A3o-e-os-riscos-para-a-pandemia-de-coronav%C3%ADrus-b0de9521d4fe>, acessado em 08 de junho de 2020.

tiveram alguma repercussão, ou seja, que receberam retweets (foram compartilhados pela rede).

Figura 12 – Pesquisa MIDIARS



Fonte: MIDIARS (2020).

Recuero (2020) analisa assim a informação obtida para entendermos a gravidade das *fake news* no contexto da infodemia:

Em vermelho você vê os tweets que continham algum tipo de desinformação (na média, tweets ressaltando que a cloroquina era uma cura, tweets exacerbando a conspiração dos governos e da China contra o Ocidente, ou qualquer coisa do tipo). Em azul, temos a conta do ministério da saúde. Cada linha representa um compartilhamento da informação. Cada bolinha, uma conta individual. Quanto maior a quantidade de vezes que um tweet de uma pessoa ou instituição repercutiu na rede, maior a bolinha. Dá pra perceber o problema?

Na avaliação da pesquisadora, a desinformação estava agravada, naquele momento, pela intensa polarização da rede:

Com a guerrilha informativa entre governo federal, estados, municípios e o próprio ministério da saúde, a rede polarizou-se entre aqueles que apoiam a

narrativa do isolamento social e aqueles que concordam com o presidente e acham que não é necessário isolamento social. (RECUERO, 2020)

E como consequência, essa desinformação vai, cada vez, “contaminando” mais a rede e reduzindo a repercussão das informações divulgadas pelo Ministério da Saúde, gerando insegurança a respeito das políticas públicas de contenção e ação.

4 ANÁLISE DAS FAKE NEWS DO GOVERNO BOLSONARO DURANTE OS DOIS PRIMEIROS MESES DA PANDEMIA

Neste capítulo apresentaremos a nossa análise na busca por atingirmos a um dos objetivos, o principal, desta pesquisa que é circulação das *fake news* do governo durante a pandemia. Sendo assim, qual será a nossa metodologia adotada que servirá de bússola a fim de que encontremos as respostas pertinentes?

Primeiramente entendemos o método como o caminho percorrido ao longo de toda a pesquisa que pode ser constituído como resultado de um ou mais olhares. Nesse sentido, podemos dizer que defendemos um olhar metodológico contínuo, construído a partir de abordagens metodológicas combinadas que são indispensáveis para o desenvolvimento de um desenho próprio na nossa dissertação.

Desse modo, concordamos com Braga (2011) ao enfatizar que precisamos ir além da mera descrição de teorias e métodos. Filiado ao que ele chama de “formação metodológica”, Braga (2011) aponta que, em nível de mestrado e doutorado, é importante “[...] fazer os estudantes refletirem sobre o enfrentamento da pesquisa, estimulando o desenvolvimento de abordagens metodológicas como práticas sobre seus próprios problemas de investigação.”

Um dos objetivos centrais do trabalho de produção da tese ou dissertação, mais que os resultados de conhecimento produzidos sobre seus objetos, é a própria formação do pesquisador. Nessa formação, o desenvolvimento de competências metodológicas e de formulação teórica é o núcleo organizador. (2011, p. 2)

Portanto, sem descartar o rigor científico imprescindível nos estudos acadêmicos, entretanto, relevando a rigidez com que a metodologia é normalmente trabalhada, sublinhamos que “[...] diferentes pesquisas solicitam diferentes aproximações, conforme suas perguntas e objetos; e mesmo táticas metodológicas comprovadas e pertinentes devem ser ajustadas a características concretas do objeto e ao desenho específico da investigação.” (BRAGA, 2011, p. 2). Braga ainda afirma que:

No campo de estudos em Comunicação, tais cuidados são particularmente relevantes, uma vez que importamos teorias, conceitos e metodologias de múltiplos horizontes – que pedem transferências e harmonizações complexas para funcionarem juntos. (2011, p. 8)

Assim sendo, partilhamos dessa tentativa de um desenho metodológico distinto em função do nosso objeto que é a circulação das Fake News do Governo Bolsonaro, durante a pandemia da Covid-19”, bem como da problemática de pesquisa que norteia a dissertação, que pode ser exposta da seguinte forma: como se deu a circulação das declarações das *fake news* do Governo Bolsonaro na mídia, durante a pandemia da Covid-19? Para tanto, dividimos a nossa análise em três partes.

Na primeira parte, contextualizaremos o momento passado e o momento presente da pesquisa. O passado será abordado com uma trajetória de discurso de polarização que cunhou os termos “bolsonarismo” e “antibolsonarismo” e por meio das micro crises sócio-políticas do Governo Bolsonaro que constituem em uma crise contínua onde se situa a propagação de *fake news* nas redes sociais durante a Crise do Covid-19.

Já o momento presente da pesquisa será ilustrado graficamente com um linha do tempo do “Circulação das Fake News do Governo Bolsonaro”, construída por meio da análise do corpus constituído de materiais retirados de portais e sites de notícias, bem como das redes sociais Facebook e Twitter que constituem conteúdo desinformativo.

Nesta linha temporal faremos um recorte das principais declarações consideradas mera desinformação ou *fake news*, tendo como fonte do nosso corpus os portais dos principais mecanismos de *fact-checking* no Brasil: Lupa, Fato ou Fake do Portal G1 e Projeto Comprova, de onde se extraíram a checagem das publicações tanto na mídia quando nas redes sociais feitas pelos agentes do Governo, durante período assinalado.

Também pesquisaremos dentre as publicações da mídia tradicional em que não houve checagem, aquelas que julgamos de maior relevância ao nosso objeto de estudo para que também integrassem o corpus e, para confirmar a existência de *fake news* nestes casos, contextualizamos as publicações e buscamos informações na própria imprensa que contradizem as afirmações contidas nelas, fazendo, desta forma, um *fact-checking* próprio a fim de que esta lacuna seja preenchida.

Traremos também, para fins de contextualização, como as *fake news* repercutiram na hashtag Bolsonaroday, no Twitter, com a exemplificação de algumas das postagens mais significativas, definidas através da ferramenta de busca do

Twitter no dia 01 de Abril de 2020, sem a intenção de aprofundarmos nossa análise neste objeto.

Partiremos para uma segunda parte, a etapa analítica a partir da tipologia das *fake news*, proposta por Wardle (2017) que define a existência de sete tipos. Dentre as *fake news* analisadas, faremos a classificação seguindo este indicador. Em um segundo momento, faremos uma análise das recorrências encontradas no conteúdo desinformativo. Por meio dos materiais percebidos como relevantes na constituição da linha do tempo da “Circulação das Fake News do Governo Bolsonaro”, obtemos uma categorização do conteúdo que servirá de base para as análises pertinentes por meio da teoria de Bardin (1977). .

4.1 O BOLSONARISMO E AS CRISES SÓCIO-POLÍTICAS NO GOVERNO BOLSONARO

Jair Messias Bolsonaro foi militar da reserva e esteve à frente de seu sétimo mandato como deputado federal pelo estado do Rio de Janeiro. No pleito de 2018, foi eleito presidente do Brasil, pelo PSL, seu oitavo partido político. Bolsonaro é autor de um discurso populista marcado pelo discurso autoritário e exacerbado ligados ao nacionalismo. Segundo Aggio e Castro (2019, p. 4):

a construção do personagem político de Jair Bolsonaro é composta por um cenário abundante de símbolos, emblemas e discursos voltados ao enaltecimento de uma ideia de patriotismo inerente ao povo genuinamente brasileiro, episódios de demonstração de respeito e devoção à bandeira do Brasil e discursos de proteção da nação contra ameaças estrangeiras embutidas na ideia nacionalista de defesa e preservação dos interesses nacionais – notoriamente inspirados no ufanismo do regime militar brasileiro.

Além do nacionalismo, Bolsonaro ainda carrega outras duas características do populismo: o restauracionismo e o tradicionalismo. Conforme Aggio e Castro (2019, p. 8) enquanto o primeiro diz respeito à restauração da moral, portanto, moralista, o segundo se refere à “conservação de valores morais, fundamentados em noções de conservação de hábitos, costumes e valores – não raros de matriz religiosa – ao menos de resgate de uma era corrompida por inimigos os mais diversos: da modernidade ao sistema político, passando por instituições culturais ou agremiações partidárias”. E no caso bolsonarista, o estilo “trata-se, fundamentalmente, do entendimento de uma tradição que precisa ser resgatada ou

que ainda encontra representação majoritária na sociedade, mas posta-se suprimida nas instâncias representativas da sociedade”, afirmam os autores.

O fato é que este discurso, ao longo de aproximadamente 30 anos de carreira política de Bolsonaro, sempre esteve presente e por meio dele que o político tornou-se conhecido. Por suas declarações conservadoras, pela defesa do que ele considera “cidadão de bem” e da “família tradicional brasileira”, contra os “esquerdistas” e “defensores dos direitos humanos” e mais recentemente por comentários favoráveis à ditadura civil-militar na ocorrência do impeachment de Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores. Neste sentido, Frigo (2018, p. 24) aponta que:

Jair Bolsonaro teve, ao longo dos anos, apenas dois projetos de lei aprovados na Câmara. Ainda, o parlamentar (e presidente do Brasil eleito no pleito de 2018) proclama-se como a “cara da direita” e defende pautas conservadoras como: a redução da maioria penal, uma política em defesa do que ele considera a formação da família tradicional, a contrariedade às cartilhas de gênero e sexualidade distribuída gratuitamente nas escolas, a revogação total do Estatuto do Desarmamento, contra a demarcação de terras indígenas, contra as cotas, contra os direitos humanos e contra a Comissão Nacional da Verdade (CNV), que para Bolsonaro apenas produz mentiras sobre a ditadura civil-militar brasileira

O Presidente, já nas eleições, foi um fenômeno de votos frente ao seu tempo quase nulo de propaganda na televisão e recursos partidários escassos. O candidato, que já nas pesquisas dispontava como um dos favoritos, tinha apenas oito segundos em cada bloco de propaganda e onze inserções ao longo do primeiro turno da campanha eleitoral.

Mas foi nas redes sociais que Bolsonaro obteve o apoio necessário que culminou com a sua vitória, pelo PSL, com 55,13% dos votos válidos em segundo turno, superando Fernando Haddad, do PT, que fez 44,87% dos votos válidos. Bolsonaro obteve⁵⁹ 57.797.847 votos, contra 47.040.906 votos do adversário petista. Nas redes sociais, depois da eleição, Bolsonaro já era seguido⁶⁰ por 6,6 milhões de pessoas na sua conta do Twitter aberta em março de 2010, meio que ele utiliza com maior frequência para se comunicar à população.

⁵⁹ Conforme apuração divulgada no Portal G1, disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghtml>, acessado em 19 de junho de 2020.

⁶⁰ Contagem checada em 19 de junho de 2020, na conta disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro>.

Empossado no Palácio do Planalto, Bolsonaro seguiu com a estratégia de comunicação direta com a população, usando seus perfis pessoais e de seus apoiadores mais radicais para anunciar ações do governo e atacar adversários políticos.

Como consequência, a popularidade e importância da fala do Presidente ganhou uma dimensão ainda maior, sendo apontado pela Revista Veja⁶¹, ainda como a personalidade mais influente no debate político nas redes, segundo ranking elaborado pela Quaest Consultoria a pedido da revista. O veículo estabeleceu um ranking baseado no Índice de Popularidade Digital (IPD) que levou em conta a coleta de informações nas principais redes sociais como Twitter e YouTube e em buscadores como o Google Search, observando a quantidade de seguidores, volume de reações, comentários por mensagem postagem e o total de compartilhamentos de conteúdos publicados.

O ranking do IPD estabeleceu uma divisão polarizada, conforme as defesas discursivas dos influenciadores políticos entre “bolsonaristas” e “antibolsonaristas”:

- 1º lugar – Jair Messias Bolsonaro – Presidente do Brasil, do grupo dos bolsonaristas
- 2º lugar – Felipe Netto – digital influencer do YouTube, do grupo antibolsonarista
- 3º lugar – Luciano Huck – apresentador da TV Globo, do grupo antibolsonarista
- 4º lugar – Anitta – cantora, do grupo antibolsonarista
- 5º lugar – Carla Zambelli – Deputada Federal do PSL, do grupo dos bolsonaristas
- 6º lugar – Lula – ex-presidente do Brasil e principal líder do PT, do grupo dos antibolsonaristas
- 7º lugar – Eduardo Bolsonaro – Deputado Federal, filho do Presidente, do grupo dos bolsonaristas
- 8º lugar – Carlos Bolsonaro – Vereador no Rio de Janeiro, filho do Presidente, do grupo dos bolsonaristas
- 9º lugar – Flávio Bolsonaro – Senador, filho do Presidente, do grupo dos bolsonaristas
- 10º lugar – Danilo Gentili – humorista e apresentador do SBT, do grupo antibolsonarista

⁶¹ Conforme reportagem disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/familia-bolsonaro-enfrenta- agora-uma-pesada-oposicao-nas-redes-sociais/>, acessada em 19 de junho de 2020.

Na avaliação da revista, além da evidente polarização discursiva revelada pelo *ranking*, a pesquisa aponta que Bolsonaro não está sozinho – tem apoio dos filhos e de outros políticos que também tem forte influência nas redes sociais. Este estudo mostrou também que lado antibolsonarista ganhou força com a presença de influenciadores digitais e personalidades famosas engrossando o discurso antagônico outrora protagonizado pelo ex-presidente Lula.

Até pandemia do Covid-19 o discurso adotado pelo já Presidente foi o de polarização cujo foco esteve em adversários políticos específicos, sobretudo os de esquerda, a imprensa, homossexuais e todos aqueles que se contrapõe aos valores defendidos pelo Governo. Dunker (2020) afirma que no discurso e nas atitudes de Bolsonaro há uma produção contínua de inimigos imaginários que não dá margem para um “terceiro”. “No Brasil, a polarização exigia das pessoas que se eliminasse a posição do terceiro. Só existia ser a favor ou ser contra”, afirma. Mas quando surge um inimigo real como a Covid-19, passa a existir também um sentimento de extrema contrariedade, negacionismo. Em entrevista⁶² à Folha de São Paulo, Dunker (2020) afirma que:

Quando você tem um terceiro, que não é vermelho, nem azul, você introduz um lugar, e isso coloca a gente em contato com o resto do mundo. Isso dá mais valor para a comunidade de cientistas, pesquisadores, que estavam envolvidos justamente nessa produção de inimigos. Eles tinham se tornado verdadeiros inimigos inclusive do ministro da Educação, como se fossem inconsequentes, plantadores de maconha, de quem se deve tirar bolsas, insumos e financiamento. É muito contraditório quando você tem a aparição de um terceiro que nega essa lógica. As pessoas eventualmente vão cair desse negacionismo quando forem elas mesmas contaminadas ou perderem um familiar.

Sobre este negacionismo durante a Covid-19 no Brasil, Troi e Quintilio (2020, p. 2) afirmam que é também uma repetição de muitas das situações anteriores vividas na idade moderna durante períodos de epidemia. Os autores afirmam que “num misto de incompetência política e falta de discernimento em relação à realidade, crises epidêmicas têm sido agravadas pela tentativa de dar prioridade à mitigação dos efeitos econômicos em detrimento aos regimes de quarentena”.

⁶² Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/06/bolsonaro-vai-de-rival-da-quarentena-a-quarentenado-isolado-diz-psicanalista-christian-dunker.shtml>, acessado em 01 de junho de 2020.

Negam-se fatos históricos, negam-se evidências científicas das mais contundentes resumindo a produção de conhecimento ao que se convencionou chamar de “guerra cultural”. Líderes políticos tentam desacreditar o valor e importância das Ciências em detrimento de seus interesses ideológicos. Mau sinal. A história nos mostra que isso pode agravar a situação e aumentar vertiginosamente o número de mortos.

Para os autores, os países que não negam a gravidade da situação e que confiam nas Ciências, pautando decisões a partir daqueles que dedicam suas vidas à construção de conhecimento, têm tido mais chance de reduzir a curva de transmissão e também de mortos – ao contrário do que se vê no Brasil. “No meio de tantas más notícias, uma solidariedade global se desenha, demonstrando que, em momentos de emergência, podemos fazer o melhor para garantir o futuro”, afirmam Troi e Quintilio (2020, p. 7)

Mas essa característica de governar mediante o negacionismo da ciência, polarização e ataques a adversários se deu muito antes pandemia como veremos ao abordar as crises políticas decorrentes deste embate. É uma estratégia de governo, utilizada desde as eleições que não terminou durante o mandato e muito menos com a pandemia, aliás, nela apenas se intensificou. Resultou, desde o começo do Governo em frequentes crises políticas, como apontou uma reportagem da Folha de São Paulo⁶³ Até maio de 2020 o levantamento já havia contabilizado 50 conflitos ao longo de 500 dias do mandato, uma impressionante média de 1 crise a cada 10 dias. Todos esses acontecimentos, geradores de micro crises políticas momentâneas e de um estado de crise permanente, são, na verdade, de fato como 'crise' assim definida pela Teoria das Crises de Pearson (1998), sobre a qual cabe este parênteses⁶⁴.

Para efeito de melhor entendimento frente à temática proposta vamos dividir essas micro crises fatos mais significativas em antes e durante a Covid-19, que é o que mais nos interessa temporalmente, pois pretendemos adotar o começo da pandemia, declarada como tal pela OMS, como guia para o futuro recorte que será apresentado. Esta divisão também demonstra o que afirmamos anteriormente, de que a crise política é contínua e perpassa a pandemia. Por enquanto o que nos cabe

⁶³ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/governo-bolsonaro-tem-ao-menos-uma-crise-a-cada-50-dias-relembre-dez-delas.shtml>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁶⁴ Segundo Pearson, as crises podem ser olhadas de três diferentes perspectivas: por um lado uma perspectiva meramente técnica, psicológica e o que nos interessa adotar: sócio-política, “onde a crise é encarada como uma quebra olectiva do sentido partilhado e da estruturação dos papéis sociais e onde se verifica uma transformação, ainda que marginal da ordem social, da liderança e dos valores e crenças tidas como comuns”. Estamos falando aqui de crise apenas como produto final, mas neste interstício existem questões e problematizações mais importantes para a pesquisa.

esclarecer é a contextualidade em que os fatos que serão analisados ocorreram. Destacaremos abaixo algumas destas micro crises noticiadas pela imprensa que tiveram como atores o Presidente e aliados importantes como Ministros e os seus filhos Flávio e Eduardo – todos parlamentares.

Micro crises políticas antes da Covid-19:

- Escândalo das candidaturas laranjas do PSL – Fevereiro de 2019
- Demissão de Gustavo Bebianno, da Secretaria Geral da Presidência após conflito com Carlos Bolsonaro – Fevereiro de 2019
- Queimadas na Amazônia e acusação de culpa de ONGs por Bolsonaro – Agosto de 2019
- Exoneração de Ricardo Galvão, do INPE depois da divulgação de dados de desmatamento – Agosto de 2019
- Embate com Presidente Emmanuel Macron, da França -Agosto de 2019
- Movimentações bancárias suspeitas de Flávio Queiroz, ex-assessor de Flávio Bolsonaro – maio de 2019⁶⁵
- Citação de Bolsonaro por porteiro do condomínio dele em investigações do assassinato da vereadora Marielle, no RJ – Outubro e Novembro de 2019
- Ataque feroz à TV Globo no caso do porteiro – Outubro e Novembro de 2019
- Ameaça de retorno ao AI-5, instituto repressor do Regime Militar pelo filho Eduardo Bolsonaro, deputado federal, e por Paulo Guedes, Ministro da Economia - Outubro e Novembro de 2019
- Rompimento de Bolsonaro com o seu partido, o PSL – Novembro de 2019
- Criação do novo partido Aliança pelo Brasil, de cujo número 38 remete ao calibre de revólver e não obtenção de assinaturas para homologação para as eleições municipais 2020 – Novembro e Dezembro 2019
- Discurso nazista de Roberto Alvim, Secretário de Cultura que culminou em sua demissão – Janeiro de 2020

⁶⁵ Disponível em

https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/05/17/interna_politica,755544/ex-assessor-de-flavio-bolsonaro-queiroz-sacou-r-661-mil-em-18-meses.shtml, acessado em 09 de junho de 2020

Micro crises durante a Covid-19:

- Embate com OMS e Tedros Adhanom, seu diretor geral – Março e abril de 2020

Em 31 de março, em discurso na TV, Bolsonaro distorce fala de Tedros para justificar fim do isolamento⁶⁶

Em 08 de abril, em discurso, Bolsonaro ataca a OMS⁶⁷

- Saída de Luiz Henrique Mandetta do Ministério da Saúde, demitido – Abril de 2020
- Saída de Sérgio Moro do Ministério da Justiça, ao pedir demissão – Abril de 2020
- Acusação de Bolsonaro de que Moro barganhou vaga no STF – Abril 2020
- Acusação de Moro de que Bolsonaro interferiu na Polícia Federal – Abril 2020
- Nomeação do amigo da família Alexandre Ramagem à direção geral da PF – Abril 2020
- Críticas ao isolamento social defendido pela OMS, durante o COVID-19 – Abril de 2020
- Demissão de Maurício Valeixo da Direção Geral da Polícia Federal – Maio de 2020
- Repercussão do vídeo de Reunião Ministerial com xingamentos ao STF – Maio de 2020
- Instauração de inquérito pelo STF para apurar crimes cometidos por Ministros na reunião ministerial – Maio de 2020
- Saída de Nelson Teich do Ministério da Saúde, ao pedir demissão – Maio de 2020
- Defesa da Cloroquina, no tratamento à COVID-19, mesmo sem amparo da OMS – março, abril, abril, maio de 2020

⁶⁶ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/31/bolsonaro-elogia-oms-sobre-luta-contrafome-mas-nao-fala-sobre-isolamento.htm>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁶⁷ Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2020/04/em-pronunciamento-bolsonaro-defende-cloroquina-e-retoma-embate-com-governadores-e-prefeitos-ck8s13gu701vg01lla00pv48h.html>, acessado em 09 de junho de 2020.

Em 26 de março – Bolsonaro declara que Cloroquina não tem efeitos colaterais e defende seu uso no combate ao COVID-19⁶⁸

Em 05 de abril Bolsonaro posta vídeo de médico que defende a Cloroquina⁶⁹

Em 08 de abril Bolsonaro defende uso da Cloroquina em discurso na TV⁷⁰

Em 13 de maio, em discurso para apoiadores, Bolsonaro defende cloroquina para pacientes leves depois de alerta do Ministro da Saúde Teich sobre riscos⁷¹

Em 23 de maio Bolsonaro volta a defender o remédio⁷²

- Embate com governadores e prefeitos diante da adoção de isolamento preconizado pela OMS – abril de 2020

Em 01 de abril, nas redes sociais, Bolsonaro publica vídeo que mostrava “desabastecimento” na Ceasa, na Grande Belo Horizonte, em MG, como consequência do isolamento defendido por governadores⁷³

Em 08 de abril, em discurso na TV, Bolsonaro critica governadores alinhados à OMS⁷⁴

Em 12 de maio Bolsonaro critica governadores que não cumpriram decreto federal de flexibilização⁷⁵

Em 21 de maio Bolsonaro volta a criticar governadores antes de reunião⁷⁶

O Governo Bolsonaro, caracterizado pela manutenção de um estado de crise permanente, por meio de uma sequência de micro crises políticas com a imprensa e governadores, é alicerçada em desinformação, tanto antes quanto durante a

⁶⁸ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/26/bolsonaro-mostra-remedio-feito-com-hidroxiclороquina-em-reuniao-do-g20.htm>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁶⁹ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/04/05/bolsonaro-posta-video-de-medico-que-defende-tratamento-com-cloroquina.htm>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷⁰ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/em-pronunciamento-bolsonaro-defende-cloroquina-e-volta-a-responsabilizar-governadores-e-prefeitos.shtml>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷¹ Disponível em <http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/t/videos/v/apos-alerta-de-teich-bolsonaro-defende-cloroquina/8550397/>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷² Disponível em <https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-volta-a-defender-a-cloroquina-nao-tem-outro-remedio-23052020>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷³ Disponível em <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2020/04/01/policia-investiga-video-postado-por-bolsonaro-que-mostrava-ceasa-da-grande-bh-vazia.ghtml>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷⁴ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/em-pronunciamento-bolsonaro-defende-cloroquina-e-volta-a-responsabilizar-governadores-e-prefeitos.shtml>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷⁵ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/05/bolsonaro-critica-governadores-e-diz-que-desrespeito-a-decreto-de-atividades-essenciais-aflora-autoritarismo.shtml>, acessado em 09 de junho de 2020.

⁷⁶ Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/coronavirus/bolsonaro-critica-governadores-antes-de-reuniao,ce0eb237c5f85906244b4dabcf1ca2cfd73llru0.html>, acessado em 09 de junho de 2020.

pandemia da Covid-19. O Presidente e seus aliados focam o arsenal para a postagem nas redes sociais e declarações igualmente polêmicas na imprensa, muitas delas com informações falsas que acirram a polarização, como veremos na linha do tempo.

Após esse trajeto ter sido construído e conectado ao #bolsonaroday, nosso marco temporal final de análise, apresentaremos a linha do tempo das *fake news*. Esta figura servirá de orientação visual para a apresentação e análise da circulação de sentido em fluxo adiante que faremos a seguir tanto na tipologia das *fake news*, quanto nas recorrências de conteúdo.

4.2 LINHA DO TEMPO DAS FAKE NEWS DO GOVERNO BOLSONARO NO COMEÇO DA PANDEMIA

As *fake news* analisadas, se deram no recorte temporal entre 30 de janeiro de 2020, quando a OMS declara o surto como Emergência de Saúde Pública Internacional até o dia 01 de abril, quando se dá o #bolsonaroday. A partir da declaração da OMS, começam uma série de postagens e declarações do Presidente e seus aliados a respeito da situação que culminaram com as postagens do público no dia da mentira,

Para investigarmos como a desinformação circulou a partir das “*fake news* do Governo Bolsonaro”, separamos primeiramente as postagens mais significativas publicadas por Jair Bolsonaro, Ministros e filhos e, por meio das agências de *fact-checking*, apresentamos o desmentido. O Governo enquanto fonte oficial, fonte da imprensa sempre teve alto grau de credibilidade, mas neste contexto o jornalismo viu-se imbuído na tarefa de checar as publicações do Presidente e desmenti-las frente ao público em seus canais próprios.

Assim, para a definição de *fake news*, utilizaremos o próprio enquadramento das agências de *fact-checking* que perceberam as declarações do Presidente e agentes do Governo durante o começo da pandemia como *fake news*, por inúmeras vezes contradizendo as informações divulgadas por estes agentes.

Em nossa pesquisa exploratória pelas agências Fato ou Fake, Comprova e Lupa, durante o período, encontramos um total de 92 declarações definidas como desinformação. As declarações foram identificadas manualmente no site destas agências, verificando e computando as ocorrências diárias de desinformação.

Relacionadas às *fake news* no contexto da pandemia encontramos 59 conteúdos analisados pelas agências. Com maior incidência, 39, destacam-se os conteúdos relacionados a falsos remédios, simpatias, dados e informações errôneas sobre a pandemia, entre outros, disseminados sobretudo nas redes sociais digitais. Um conjunto de 20 declarações dizem respeito às *fake news* de todos os tipos do Presidente e seus agentes políticos. Quase a metade destas declarações (8) está relacionada ao nosso objeto de pesquisa: conteúdos desinformativos do Governo sobre a pandemia. São estas as checagens que fazem parte do nosso corpus.

Coletamos também outras oito declarações que não foram objeto de checagem das três agências, mas que circularam igualmente pela mídia como conteúdo desinformativo (na imprensa e nas redes sociais digitais), identificadas, em sua maioria, em reportagens de portais. Nestes últimos casos, por meio das informações cruzadas dos próprios veículos disponíveis, elaboramos a nossa checagem particular para contemplar a pesquisa. Por estes motivos julgamos importante estas declarações constarem no corpus. Identificamos, portanto, 16 destas *fake news* durante o período recortado.

Quadro 1 – Quadro do Fact-checking – Checagens realizadas entre 30/02 e 01/04/21

Modo de <i>fact-checking</i> (Agências ou própria)	Agências	Número de checagens
	Comprova (e veículos participantes)	3
	Lupa	3
	Lupa e Fato ou Fake	2
	Própria (do autor)	8
		Total: 16

Fonte: do autor (2020).

Mas um extenso trabalho de checagem elaborado pela Agência Aos Fatos, que não foi utilizada em nossa análise como suporte metodológico, ajuda a ampliar a nossa perspectiva, por isso ressaltamos este trabalho. A agência apurou que em 535 dias como Presidente, Bolsonaro deu 1291 declarações falsas ou distorcidas. Ou seja, esta prática disseminação de *fake news* é, de fato, rotineira, conforme observação da agência de *fact-checking*. Esta referida base agrega todas

as declarações⁷⁷ de Bolsonaro feitas a partir do dia de sua posse como presidente até o dia 19 de junho, data da publicação da pesquisa. Até o dia 01 de abril (data limite do nosso recorte), segundo as checagens foram feitas pela equipe do Aos Fatos semanalmente, havia 882 afirmações falsas de Bolsonaro (Figura 13).

Figura 13 – Declarações falsas ou distorcidas de Bolsonaro



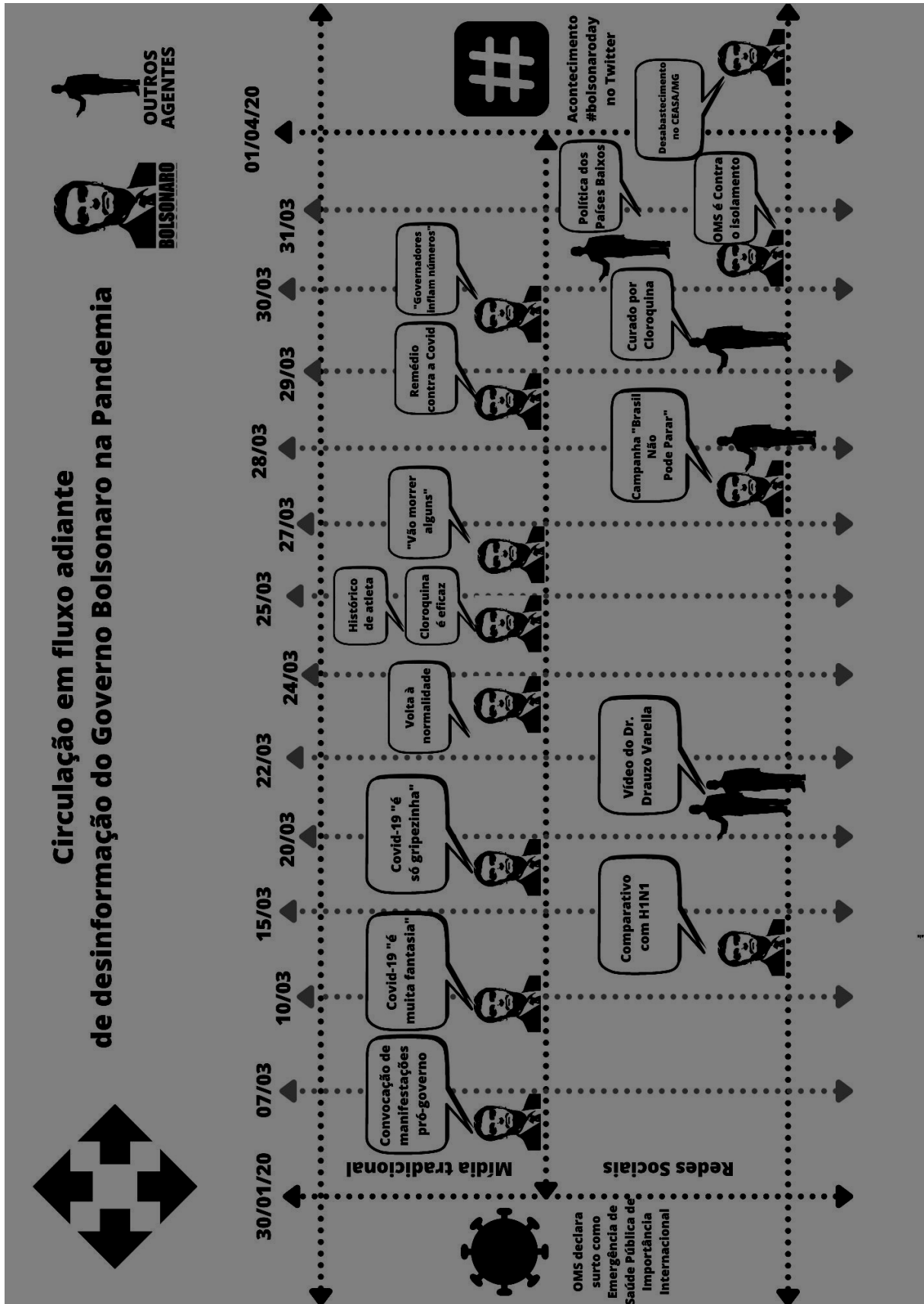
Fonte: Aos Fatos (2020).

Levando em consideração as reflexões feitas, podemos dizer que os fatos, emergidos no tempo presente, revelam um passado relacionado histórico de *fake news* políticas desde as eleições, perpassando pelas micro crises sócio-políticas do governo e desembarcando com força durante o começo da pandemia.

Conforme a pesquisa exploratória realizada, consideramos conveniente direcionarmos nosso olhar para dois espaços de visibilização quando adentrarmos no campo das *fake news*: na mídia tradicional, os portais e sites de notícias onde sobretudo o presidente se posicionou frente à pandemia; enquanto nas redes sociais também os perfis oficiais dos agentes do governo divulgaram conteúdo desinformativo, conforme aponta a Figura 14.

⁷⁷ Disponível em <https://www.aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>, acessado em 22 de junho de 2020.

Figura 14 – Linha do tempo das fake news de Bolsonaro



Fonte: autor (2021).

No Bolsonaroday encontramos a repercussão das falas públicas desinformativas apontadas na linha do tempo, por meio da *hashtag* levantada pelo público no Twitter. Ocorreu que, no dia da mentira, internautas subiram a *#bolsonaroday* para o primeiro lugar nos assuntos mais comentados da plataforma. A *tag* *#Bolsonaroday* alcançou cerca de 60 mil publicações sobre o assunto⁷⁸. Foi uma conexão direta de Bolsonaro às suas *fake news* até então disseminadas tanto nas plataformas como na mídia tradicional, e uma resposta à mesma *hashtag* que ficou no topo no dia 15 de março – dia de atos de rua pró-governo. Os internautas sugeriram ironicamente chamar o Dia da Mentira de “Dia de Bolsonaro”.

Mas sobre o que falaram os internautas? Não é nosso objetivo analisar a repercussão das falas de Bolsonaro e outros aliados em relação ao Bolsonaroday no Twitter, apenas afirmar que existiu e que este é o nosso delimitador temporal. Com a finalidade ilustrativa e contextual vamos apresentar dois deles que julgamos mais representativos.

Figura 15 – Fake news nas eleições de 2016

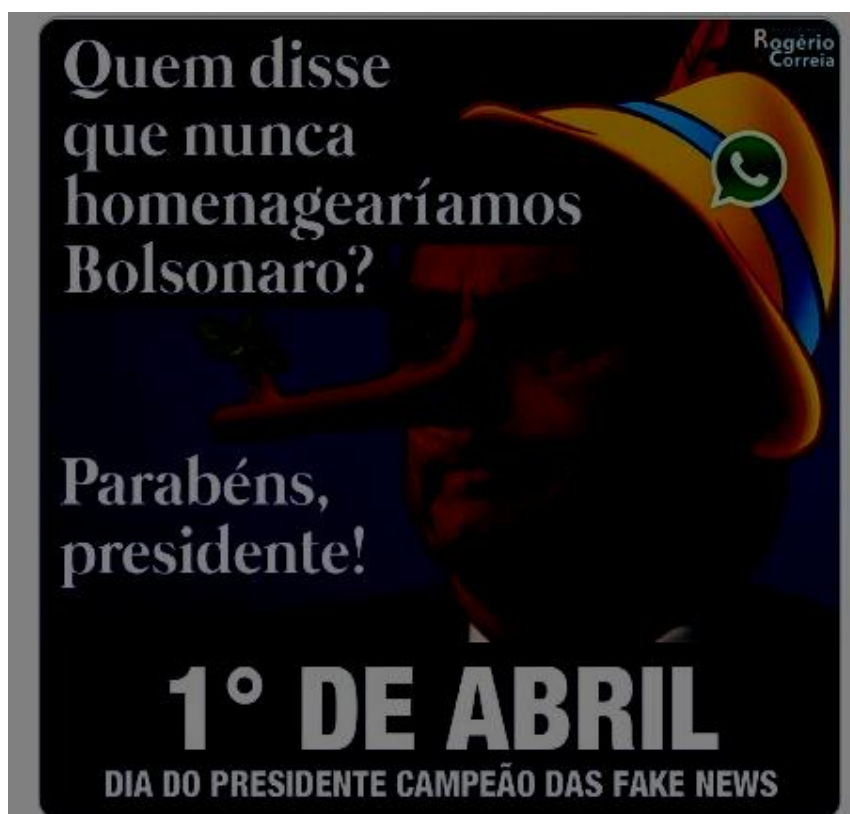


Fonte: Twitter (2020).

⁷⁸ Disponível em: <https://revistaforum.com.br/redes-sociais/internautas-batizam-dia-da-mentira-de-bolsonaroday/>, acessado em 20/01/2021

Na Figura 15 o usuário do Twitter associa Bolsonaro ao dia da mentira resgatando as principais *fake news* disseminadas nas eleições de 2016, nos ataques ao candidato petista Fernando Haddad. O kit gay mostrado irregularmente na entrevista do Jornal Nacional que subverteu as regras do noticiário, a mamadeira de piroca atribuída à tentativa de implantação do PT e a facada que o então candidato sofreu e que é motivo de controversa.

Figura 16 – Bolsonaro como Pinóquio



Fonte: Twitter (2020).

Outro post (Figura 16) com bastante repercussão na associação de Bolsonaro às *fake news* e à mentira é a montagem do nariz e o chapéu do personagem Pinóquio sobre a foto do Presidente. No clássico conto infantil, o nariz do boneco Pinóquio aumentaria de tamanho à medida que ele falasse mentiras. Essa alusão direta à mentira ainda vem acompanhada do símbolo do aplicativo Whatsapp, onde as *fake news* eleitorais foram mais propagadas em massa durante as eleições de 2016. A imagem é acompanhada de três frases que personificam o presidente como “campeão” de mentiras: “Quem disse que nunca homenagearíamos Bolsonaro?”; “Parabéns presidente!” e “1º de abril, dia do presidente campeão das *fake news*”.

Dito isso, entendemos que no próprio Bolsonaroday já existe uma repercussão das desinformações geradas por Bolsonaro antes e no começo da pandemia. Consideramos que, em relação às *fake news*, o Bolsonaroday seja o ápice da curva de circulação de sentido, em que o público manifestou desagrado com a conduta da disseminação da desinformação.

Ressaltamos também que ao mesmo tempo em que Bolsonaro aumentou gradativamente as publicações e declarações relacionadas às *fake news* em meio ao começo da pandemia, também seguiu crescendo em popularidade, ganhando mais seguidores. Mesmo quando a crise do Coronavírus se intensificou ele adicionou 327 mil seguidores aos seus perfis no Facebook, Instagram, Twitter e Youtube neste período – fenômeno identificado pelo Sistema Analítico BITES⁷⁹. As interações nas postagens publicadas pelo presidente nas plataformas do Twitter, Facebook e Instagram continuaram no mesmo patamar do início do governo. De 01 de janeiro do ano de 2020 até o dia 25 de março, a média era de 123.965 interações. No mês de março essa taxa ficou em 103.223 interações.

Estas postagens com conteúdo inverídico publicadas pelo Presidente da República e agentes bolsonaristas não arrefeceram a adesão de novos seguidores. Deram também subsídios aos seus seguidores nas redes sociais, sobretudo no Twitter, que acabaram por formar correntes polarizadas de defesa do discurso bolsonarista e combate aos posicionamentos antagônicos, refletidos sobretudo nas hashtags *#bolsonarotemraza* que circularam na plataforma durante o começo da pandemia.

4.3 ANÁLISE DA TIPOLOGIA DAS FAKE NEWS

Sobre as publicações analisadas aplicaremos uma categorização de tipos de *fake news* seguindo Wardle (2017). Como já apontamos no terceiro capítulo "Sociedade da Desinformação: Pós-verdade e Fake News", tamanha é a diversidade de tipos de *fake news* que a pesquisadora criou sete tipologias para categorizar os conteúdos que podem circular como fraudulentos, de caráter desinformativo.

⁷⁹ BITES é formado por softwares (bigdata) capazes de capturar dados abertos em qualquer ponto da Internet em associação com a visão contextual e multidisciplinar dos nossos analistas (deepdata). Como fatores determinantes da metodologia BITES estão a agilidade na entrega das informações, a profundidade nas análises e a capacidade de reação a qualquer mudança no fluxo de opinião que está sendo monitorado. Disponível em <https://bites.com.br/>, acessado em 02 de junho de 2020.

São elas: 1) sátira ou paródia – embora o objetivo não seja enganar, pode fazê-lo, pois aqueles que não reconhecem o conteúdo satírico podem compartilhá-lo como verdadeiro; 2) conteúdo enganoso – o conteúdo é distorcido com o intuito de promover algum dano a algo ou alguém; 3) conteúdo impostor – fontes genuínas são fraudadas (quando se atribui alguma informação a quem não é seu autor); 4) conteúdo fabricado – informação 100% falsa, fabricada para causar dano; 5) falsa conexão – manchetes, legendas ou ilustrações não confirmam o conteúdo produzido; 6) falso contexto – o material é autêntico, mas foi utilizado fora de seu contexto original; e 7) conteúdo manipulado – a informação/imagem verdadeira é manipulada para enganar. Estão contemplados nessas categorias desde os conteúdos distorcidos ou fora de seu contexto original até aqueles 100% fabricados.

Definimos as categorias de análise que mais se enquadram frente ao corpus, conforme a proposição de Wardle (2017), as estratégias discursivas utilizadas para a construção das *fakes* e efeitos de sentido pretendidos.

Das sete categorias propostas por Wardle (2017) não identificamos entre o corpus apenas uma, o Conteúdo Impostor, aquele cujas fontes genuínas são imitadas como se verídicas fossem. Encontramos seis categorias: conteúdo enganoso; conteúdo fabricado; falsa conexão; falso contexto; conteúdo manipulado e do tipo Sátira ou Paródia, conforme a Figura 17.

Figura 17 – Tipologias de fake news no discurso de Bolsonaro



Fonte: Autor (2021).

Ao analisar as ocorrências de acordo com as tipologias identificadas, encontramos, conforme o Quadro 2: 1) Conteúdo enganoso (nove); 2) Conteúdo fabricado (uma); 3) Falsa conexão (quatro); 4) Falso contexto (cinco); 5) Conteúdo manipulado (quatro) e 6) Sátira e paródia (uma).

Quadro 2 – Enquadramentos na Tipologia de Wardle

Tipologias identificadas	Ocorrências
Conteúdo Enganoso	9
Falso Contexto	5
Falsa Conexão	4
Conteúdo Manipulado	4
Conteúdo Fabricado	1
Sátira ou Paródia	1

Fonte: Do autor (2021).

Admitimos que uma publicação seja enquadrada em mais de uma tipologia quando as características que a definem forem encontradas nela, como aponta Wardle (2017). Desta forma, obtivemos, como mostra o Quadro 3, o cruzamento das tipologias encontradas nos discursos analisados com prevalência para conteúdos que são ao mesmo tempo Manipulados e Enganosos (três); somente Enganosos (três); somente Falsa Conexão (duas); Falso Contexto (duas); ao mesmo tempo Enganoso, Manipulado e Falso Contexto (uma); Falsa Conexão e Enganoso (uma); Conteúdo Fabricado e Enganoso (um); Falsa Conexão e Manipulado (um) e Falso Contexto e Sátira (uma).

Quadro 3 – Cruzamentos nos enquadramentos na Tipologia de Wardle

Tipologias cruzadas identificadas	Ocorrências
Manipulado e Enganoso	3
Somente Enganoso	3
Somente Falsa Conexão	2
Somente Falso Contexto	2
Enganoso, Manipulado e Falso Contexto	1
Falsa Conexão e Enganoso	1
Fabricado e Enganoso	1
Falsa Conexão e Manipulado	1
Falso Contexto e Sátira	1

Fonte: Do autor (2021).

Ainda, vale dizer, que o material selecionado refere-se ao que foi apresentado na linha do tempo de forma esquemática. Desta maneira, as informações coletadas serão elencadas por ordem cronológica, a partir do momento em que elas foram publicadas ou postadas nas redes sociais digitais.

Selecionamos 16 conteúdos entre declarações e postagens referentes à desinformação relacionadas à pandemia; sendo nove na imprensa por meio de portais de notícias e sete nas redes sociais digitais dos agentes do Governo e de Bolsonaro:

07/03 – Convocação de manifestações pró-governo;

04 e 10/03 – Covid é “muita fantasia” e vídeo do humorista Carioca

15/03 – Comparativo com H1N1;
20/03 – Covid “é só gripezinha”;
22/03 – Vídeo do Dr. Drauzio Varella;
24/03 – Volta à normalidade;
25/03 – Cloroquina é eficaz;
25/03 – Covid é “resfriadinho” e histórico de atleta;
27/03 – Vão morrer alguns;
28/03 – Campanha “Brasil Não pode Parar”;
29/03 – Remédio contra a Covid;
30/03 – Governadores inflam números;
30/03 – Curado por Cloroquina;
31/03 – Políticas dos Países Baixos;
31/03 – OMS é contra o isolamento;
01/04 – Desabastecimento na CEASA/MG.

Ao analisar estas declarações, identificamos a presença das tipologias das *fake news*, definidas por Wardle (2017). Trataremos todas elas como *fake news* a partir de agora, para fins de simplificação, pois conforme a autora o termo seria inadequado, ambíguo e simplista para descrever o fenômeno da produção, difusão e consumo de uma gama variada de informações e não dá conta tanto da natureza quanto da escala do problema. Portanto, tomaremos como *fake news* toda a desinformação contida nas publicações analisadas, sem entrar no mérito conceitual neste momento, pois já dedicamos um item neste trabalho para tal discussão.

Aprofundaremos a análise do corpus por meio da tipologia proposta pela autora. Uma vez que se começa a quebrar essas categorias e mapeá-las entre si, aparecem padrões distintos em termos dos tipos de conteúdo criados para propósitos específicos, conforme veremos.

Apesar de ter havido, ao final, a seleção de um ou mais exemplo de desinformação por categoria, o objetivo primeiro foi identificar e quantificar todas as declarações no período exposto, sem hierarquizá-las nem relacioná-las a quaisquer correntes políticas ou a seus interesses subjacentes. Nossa única relação foi entre o declarado e o publicado por agentes do Governo com a pandemia da Covid-19.

Vamos analisar um a um dos discursos, indicando-os por data, indentificando o agente responsável pela declaração, onde circulou na mídia (imprensa ou

plataformas) e em qual veículo ou plataforma circulou. Apontaremos também qual a forma de checagem que utilizamos para definir que o conteúdo é desinformativo – iremos aqui ou utilizar as agências mencionadas como suporte metodológico ou a nossa checagem própria, cruzando com informações da própria imprensa nos casos em que não existiu o *fact-checking* ou ainda utilizando como suporte as indicações realizadas pelas próprias plataformas do Twitter e Facebook que atuaram na identificação e no banimento de alguns conteúdos desinformativos.

Identificados estes aspectos, faremos a análise individual de cada *fake news* baseada na tipologia de Wardle (2017) e em um segundo momento faremos o a análise das recorrências.

Textualmente faremos uma contextualização temporal (seguindo nossa linha do tempo dos acontecimentos), uma narrativa do que foi a declaração, quando, por quem e onde circulou, sem, no entanto, analisarmos o viés do discurso da imprensa por não ser o nosso objeto nesta pesquisa. Analisaremos a tipologia da desinformação e como circularam as "fake news do Governo Bolsonaro", trazendo alguns elementos adicionais para sustentar as afirmações geradas: em alguns casos a repercussão nas redes sociais digitais e em outros, alguns fatos anteriores e posteriores à declaração.

1) Convocação de manifestações pró-governo

Data: 07/03/2020

Agente: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

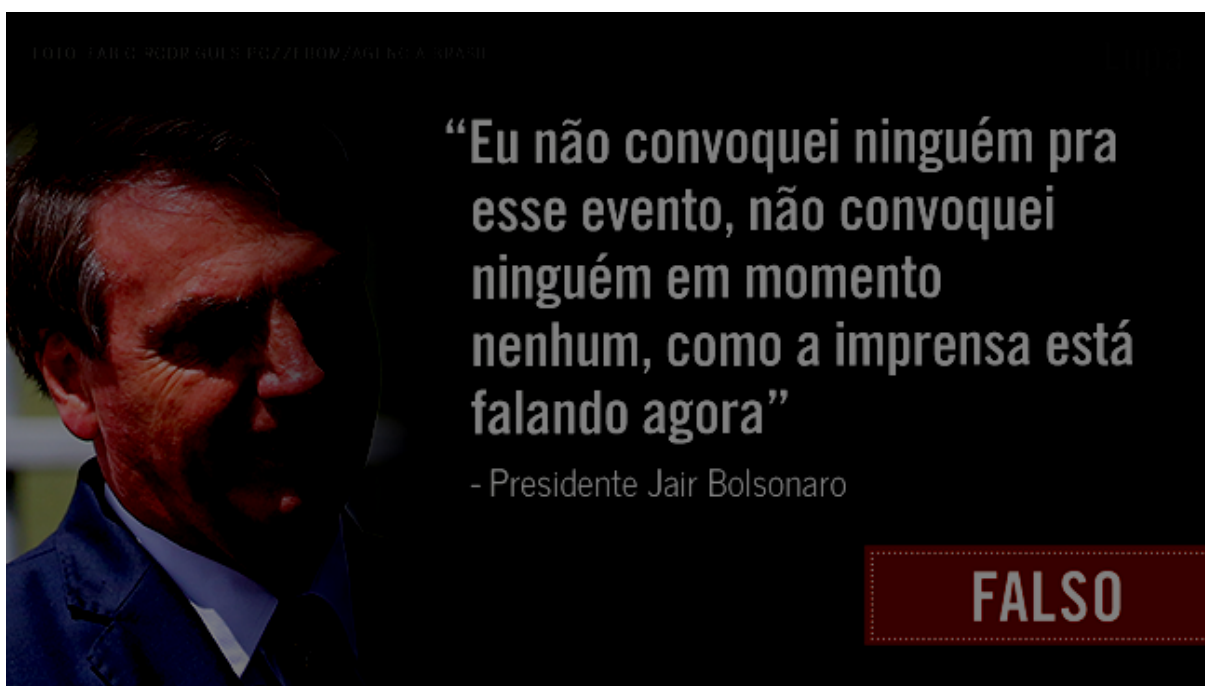
Veículo: Rádio Bandeirantes

Fact-checking: Agência Lupa

No dia 15 de março, domingo, uma série de manifestações bolsonaristas, em defesa do Presidente, tomaram conta de vários municípios brasileiros. No dia seguinte, dia 16 de março, Bolsonaro foi entrevistado pelo jornalista José Luiz Datena, na Rádio Bandeirantes e afirmou que não havia descumprido as recomendações da OMS e incitado os protestos em seu favor, afirmando: “Eu não convoquei ninguém pra esse evento, não convoquei ninguém em momento nenhum, como a imprensa está falando agora”.

A agência Lupa⁸⁰, no entanto, desmentiu o Presidente com a informação checada no dia 7 de março. Neste dia, conforme o jornal O Globo⁸¹ em um discurso feito em Boa Vista para cerca de 400 pessoas, Bolsonaro havia convocado seus apoiadores a participar das manifestações em 15 de março, afirmando: “É um movimento espontâneo, e o político que tem medo de movimento de rua não serve para ser político”, afirmou. “Então participem, não é um movimento contra o Congresso, contra o Judiciário. É um movimento pró-Brasil.”, apurou a Lupa que também divulgou a checagem na conta do Twitter (Figura 18). Antes disso, em fevereiro, Bolsonaro divulgou vídeo convocando para as manifestações em grupos pessoais.

Figura 18 – Convocação de manifestações pró-governo



Fonte: @agencialupa, no Twitter (2020).

Seguindo a tipologia de Wardle (2017), esta convocação feita pelo Presidente, em defesa de seu Governo, que depois foi desmentida por ele, pode ser considerada uma desinformação de *conteúdo manipulado*. Verificamos a intenção de

⁸⁰ Disponível em <https://twitter.com/agencialupa/status/1239993814879744002>, acessado em 10 de junho de 2020.

⁸¹ Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/em-evento-bolsonaro-chama-populacao-participar-de-manifestacoes-originalmente-contra-congresso-24292343>, acessado em 10 de junho de 2020.

colocar a responsabilidade na imprensa por uma “acusação infundada” que a própria teria divulgado e que depois se provara verídica como vimos no *fact-checking*.

A veracidade de tal convocação implicaria a responsabilização do Presidente por não cumprir as recomendações da OMS. Entretanto, como veremos a seguir, este descumprimento viria ser uma marca do Governo Bolsonaro que preferiu entrar em choque com a própria OMS, adotando um discurso de polarização também com governadores que endossaram as medidas de prevenção e a orientação do órgão internacional e da ciência.

2) Covid é “muita fantasia” e vídeo do humorista Carioca

Data: 04/03 e 10/03/2020

Agente: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

Veículo: Rádio Bandeirantes

Fact-checking: do autor

Em 10 de março de 2020, quando o Brasil tinha 25 casos, sem mortes, e 77% das mortes (3.140) no mundo eram registradas na China, Bolsonaro afirmou que a Covid era muita fantasia e novamente atacou a imprensa. Em discurso⁸² repercutido pela imprensa brasileira de pouco mais de 10 minutos a 100 empresários em Miami, Bolsonaro afirmou que: “Obviamente temos no momento uma crise, uma pequena crise. No meu entender, muito mais fantasia, a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propala ou propaga pelo mundo todo”. Conforme os fatos subsequentes, a pandemia é uma realidade catastrófica mundialmente e declaração do presidente se mostrou com conteúdo enganoso.

Bolsonaro criou uma desinformação por *falso contexto* de conspiração focado na desordem promovida pela imprensa mundial, por meio de alarde que ele julgava desnecessário porque seria fantasioso.

Dias antes desta declaração, em 4 de março de 2020, Bolsonaro transmitiu um vídeo no qual o humorista Carioca (Figura 19), caracterizado de Bolsonaro (com terno, faixa presidencial e peruca) e a pedido deste, distribuía bananas a jornalistas

⁸²Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51823908>, acessado em 09 de junho de 2020,

em frente ao Palácio da Alvorada. Conforme reportagem do UOL⁸³, Bolsonaro, na ocasião, se negou a conceder entrevista à imprensa no dia em que o Brasil divulgava baixo crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), mas posou para foto com o humorista.

Figura 19 – Humorista distribui bananas à imprensa



Fonte: UOL (2020).

Portanto, o discurso de que a imprensa fantasiava a crise, é apenas mais um fato de uma sequência de atritos provocados por Bolsonaro com os jornalistas que chegava à situação de ironia e deboche. Neste sentido, na tipologia adotada, a desinformação se enquadra como conteúdo do tipo *Sátira ou Paródia* em que não há nenhuma intenção de prejudicar, mas tem potencial para enganar. À imprensa, que tem o papel de informar, foi atribuído sentido desonroso de espalhar falso pânico e medo, na contra-mão do que pretendia o governo que era o de negar a existência da crise.

⁸³ Disponível em <https://atarde.uol.com.br/politica/noticias/2121435-bolsonabo-distribui-bananas-a-jornalistas-e-visitantes-no-palacio-do-alvorada>, acessado em 09 de junho de 2020.

3) Comparativo com H1N1

Data: 15/03/2020

Agente: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

Veículo: TV CNN

Fact-checking: Agência Lupa / Fato ou Fake

No dia 15 de março o presidente Jair Bolsonaro deixou o isolamento no qual se encontrava por conta da suspeita de que tivesse contraído o novo coronavírus e cumprimentou apoiadores em uma manifestação em Brasília. Bolsonaro falou à CNN Brasil (Figura 20) que “No passado – 2009, 2010 -, tivemos uma crise semelhante, outro problema [de saúde] aqui no mundo. (...) E a reação não foi nem sequer perto dessa que está acontecendo hoje em dia aqui no mundo todo”, referindo-se à crise do vírus H1N1.

Figura 20 – Entrevista de Bolsonaro à CNN Brasil



Fonte: CNN Brasil (2020).

Segundo apuração da Agência Lupa⁸⁴ a informação divulgada pelo Presidente é errada, pois a pandemia de H1N1, popularmente conhecida como gripe suína, ocorrida em 2009 não foi semelhante em nada à pandemia de Covid-19. A taxa de mortalidade do H1N1 foi estimada em 0,026%, ou seja, 26 a cada 100 mil casos – já a Covid-19 tem uma taxa de mortalidade de 3,7%, de acordo com dados da OMS. Esta verificação foi publicada no Twitter pela Lupa (Figura 21).

Figura 21 – Bolsonaro compara Covid a H1N1

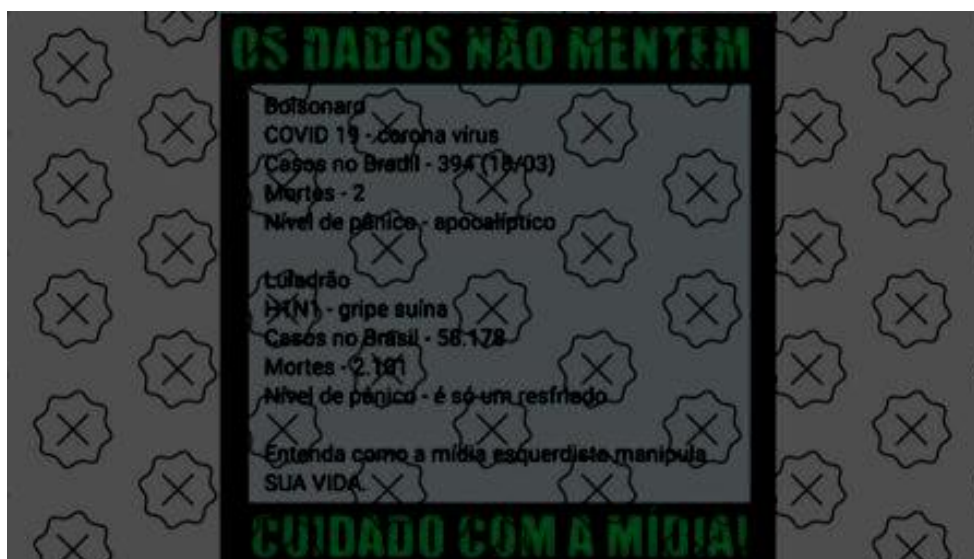


Fonte: @agencialupa, no Twitter (2020).

Portanto, Bolsonaro adotou um discurso de desinformação baseado em *falsa conexão e manipulação* das informações sobre a pandemia de H1N1 e de Covid-19 como se produzissem o mesmo efeito. Este discurso foi replicado por apoiadores nas redes sociais (Figura 22).

⁸⁴ Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/16/bolsonaro-cnn-coronavirus/>, acessado em 19 de junho de 2020.

Figura 22 – Comparativo Covid-19 e H1N1



Fonte: G1 (2020).

A declaração de Bolsonaro veio acompanhada de uma enxurrada de *fake news* com o mesmo comparativo errôneo nas redes sociais, conforme apurou Fato ou Fake⁸⁵, do G1. A mensagem que viralizou neste sentido foi uma que diz: “Os dados não mentem. Entenda como a mídia esquerdista manipula a sua vida”. Ela foi compartilhada, inclusive, pelo pastor evangélico Silas Malafaia, defensor de Jair Bolsonaro.

A mensagem falsa ainda politiza a comparação, apontando que em 2009 o presidente era Luiz Inácio Lula da Silva (chamado de “Luladrão”). A comparação aponta que o surto de gripe suína, como ficou conhecida, deixou 58.178 infectados, com 2.101 mortes. Quando se refere à situação atual, o quadro usa o número de registros contabilizados até o dia 18 de março no Brasil – 394 infectados e duas mortes.

A questão central, segundo Fato ou Fake é que os períodos de tempo não são comparáveis, o que reforça a *falsa conexão* existente. O primeiro dado é bem próximo ao número total de casos de H1N1 registrados no país em 2009 e 2010 juntos: 59.867. O número de mortes (2.173), também. Ou seja, quase dois anos de doença (já que o primeiro caso de H1N1 foi registrado em maio).

⁸⁵ Disponível em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/03/25/e-fake-que-inicio-do-surto-de-h1n1-no-brasil-em-2009-matou-mais-que-o-do-novo-coronavirus.ghtml>, acessado em 23 de junho de 2020.

4) Covid “é só gripezinha”

Data: 20/03/2020

Agente: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

Fact-checking: do autor

Longe de ser uma gripe normal, em 20 de março de 2020 secretarias estaduais de saúde contabilizavam 977 infectados em 24 estados e no DF e 11 mortos no Brasil⁸⁶.

E mesmo depois da confirmação do 22º caso de membros da comitiva de Bolsonaro aos Estados Unidos que foi infectado por coronavírus, o presidente passou o dia sendo pressionado a mostrar o resultado de seus dois exames que, segundo ele, haviam dado negativo. Bolsonaro havia feito um primeiro exame cuja divulgação já havia sido alvo de polêmica. Seu filho Eduardo Bolsonaro, recém-nomeado embaixador do Brasil nos EUA, primeiramente afirmou ter o pai testado positivo para o Covid-19 ao jornalista John Roberts do canal de TV Fox News.

O canal de televisão divulgou a declaração e, no entanto, Eduardo Bolsonaro veio às redes sociais negar que tivesse sido ele a fonte da informação e desqualificou a imprensa nacional que replicou a notícia, gerando indignação na própria Fox⁸⁷: "Após dizer para a Fox News que seu pai havia preliminarmente testado positivo para o coronavírus, Eduardo Bolsonaro agora afirma que o teste foi negativo. Bolsonaro diz que entrou em contato com a Casa Branca", postou o repórter no Twitter. Depois do posicionamento do jornalista norte-americano, Eduardo Bolsonaro usou também a mesma rede social para dizer que não conversou com ninguém da imprensa e afirmou⁸⁸ em 13 de março: “A imprensa mente para destruir o novo Brasil”.

Em meio a este atrito com a imprensa, foi divulgada mais uma declaração controversa de Bolsonaro em um contexto de desinformação. Em entrevista⁸⁹ à

⁸⁶ Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/20/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-20-de-marco.ghtml>, acessado em 03 de junho de 2020.

⁸⁷ Conforme reportagem do Portal de Notícias Uol, disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/13/eduardo-mudou-versao-sobre-bolsonaro-com-coronavirus-diz-reporter-da-fox.htm>, acessado em 22 de abril de 2020.

⁸⁸ Conforme post de Eduardo Bolsonaro em conta privada no Twitter, disponível em <https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1238496058227011585>, acessada em 22 de abril de 2020.

⁸⁹ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardo-sakamoto/2020/03/20/gripezinha-menosprezo-de-bolsonaro-por-coronavirus-o-tornou-cumplice.htm>, acessado em 09 de junho de 2020.

imprensa Bolsonaro classificou e diminuiu a COVID-19: “Depois da facada, não vai ser gripezinha que vai me derrubar, não, talkey? Se o médico ou o Ministério da Saúde recomendar um novo exame, eu farei. Caso contrário me comportarei como qualquer um de vocês aqui presente”. Bolsonaro faz uma *falsa conexão* entre a Covid e a gripe normal, causada pelo vírus influenza e, portanto, gerou uma declaração desinformativa que induzia ao erro.

Figura 23 – Bolsonaro já chamou Covid de Gripezinha



Fonte: UOL, no You Tube (2020).

O presidente Jair Bolsonaro negou em 26 de novembro de 2020 que tenha chamado o vírus da Covid-19 de "gripezinha". Em transmissão⁹⁰ ao vivo em rede social, Bolsonaro afirmou que "não há vídeo ou áudio" em que ele use esse termo para se referir ao vírus "dessa forma". Neste sentido, fizemos um *fact-checking* sobre esta declaração utilizando do veículo que originalmente divulgou tal comparação, o portal UOL. A fala é desmentida em vídeo no You Tube postado pelo portal, que tem a declaração do próprio presidente em pronunciamento oficial à imprensa (Figura 23). Conforme reportagem, UOL desmente o fato⁹¹ alegado por Bolsonaro, apresentando o vídeo da declaração original.

⁹⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=BDkTylOoV18>, acessado em 21 de abril de 2021.

⁹¹ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/videos/2021/03/13/uol-mostra-que-bolsonaro-ja-chamou->

5) Vídeo do Dr. Drauzio Varella

Data: 22/03/2020

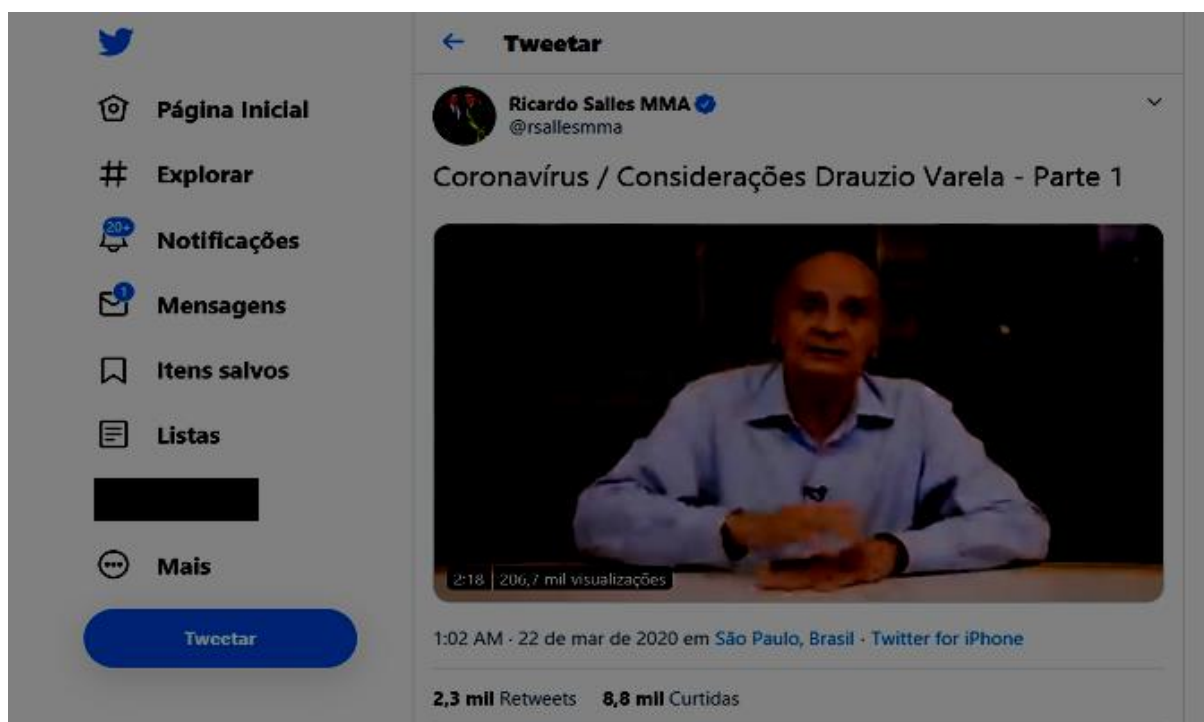
Agentes: Ricardo Salles e Flávio Bolsonaro

Onde circulou: plataformas Twitter / Facebook

Fact Checking: Lupa

No dia 22 de março, o ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, se comportou de forma parecida a Bolsonaro e teve um post⁹² apagado pela plataforma do Twitter por colocar a população em risco de contaminação pela doença. O post (Figura 24) possuía um vídeo antigo sobre a doença apresentado como se fosse novo, confundindo a população. O mesmo comportamento teve Flávio Bolsonaro, filho do Presidente no dia 22 de março no Facebook (Figura 25).

Figura 24 – Post de Ricardo Salles sobre Drauzio Varella

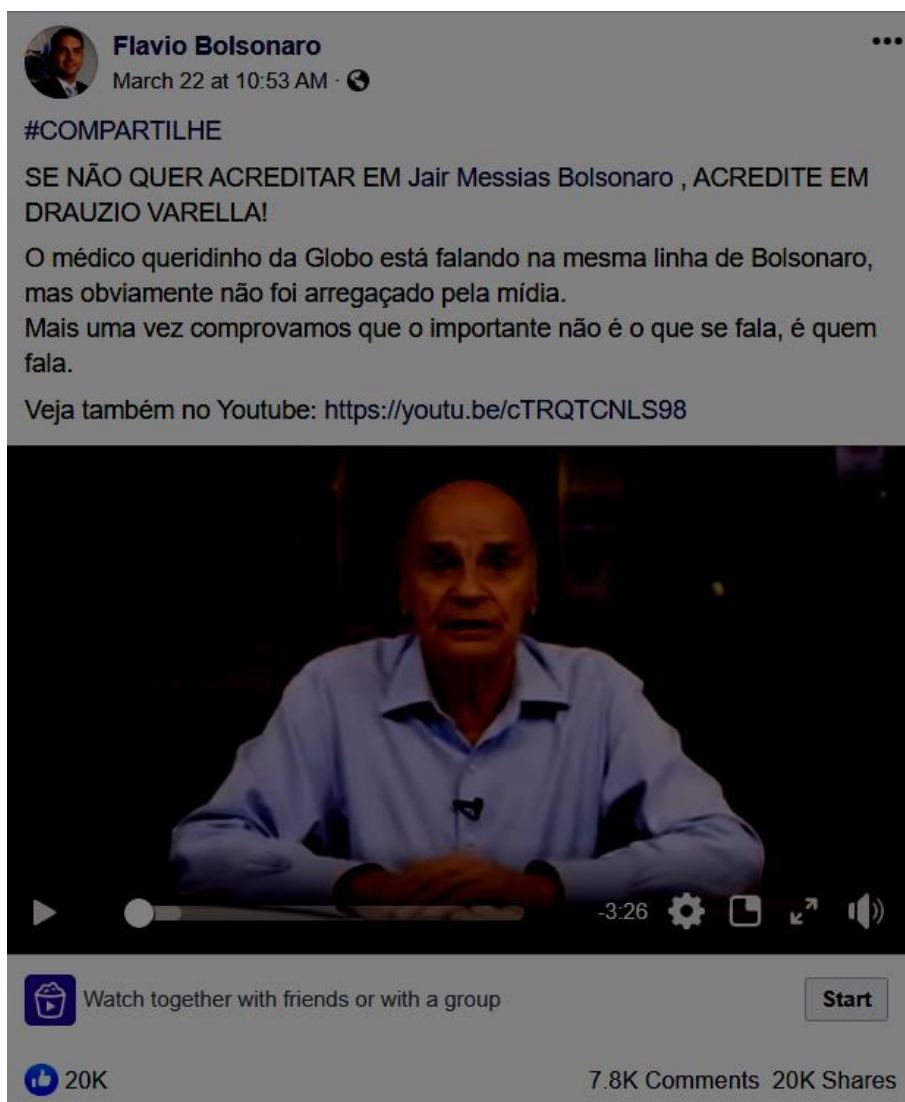


Fonte: @rsallesmma no Twitter (2020).

covid-de-gripezinha.htm, acessado em 21 de abril de 2021.

⁹² Conforme reportagem da Piauí disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/22/drauzio-salles-coronavirus/>, acessado em 09 de junho de 2020.

Figura 25 – Post de Flávio Bolsonaro sobre Drauzio Varella



Fonte: Facebook (2020).

O vídeo que mostra o doutor Drauzio Varella, conhecido pelo quadro televisivo no programa Fantástico da TV Globo, fazendo recomendações de saúde por conta da transmissão do coronavírus, que causa a Covid-19. Na gravação, o médico afirma que vai continuar andando na rua mesmo com a disseminação do vírus e fala ainda que nada justifica uma mudança nos hábitos da população.

Contudo, o vídeo publicado pelo ministro é antigo e foi divulgado pelo médico em suas redes sociais no dia 30 de janeiro de 2020, portanto quase dois meses antes do post de Flávio Bolsonaro no Facebook, quando não havia nenhum caso do novo coronavírus no Brasil. Portanto, possui *falso contexto*, é temporalmente deslocado e foi utilizado indevidamente para alicerçar a defesa do Governo de descumprimento com as recomendações da OMS de isolamento.

6) Volta à normalidade

Data: 24/03/2020

Agentes: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

Fact-checking: do autor

Em 22 de março de 2020 a OMS decretou a pandemia de Sars-Cov-2 – a denominação para o vírus que causa a doença Covid-19. No anúncio⁹³ a OMS já afirmava que as medidas preventivas e de combate à pandemia eram fundamentais: “Estamos chamando todos os países para ativar e intensificar mecanismos emergenciais de resposta, buscar casos suspeitos, isolar, testar e tratar todo episódio de Covid-19, além de traçar as pessoas que tiveram contato com ele”, afirmou o diretor-geral da OMS Tedros Adhanom Ghebreyesus. “Preparem-se, detectem, protejam, tratem, reduzam o ciclo de transmissão, inovem e aprendam”, resumiu em declaração à imprensa.

O discurso reforçou a preocupação da diretora da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), Carissa F. Etienne⁹⁴ que pediu que todos os países das Américas adotassem medidas urgentes para reorganizar seus serviços de saúde e proteger profissionais de saúde para que possam atender, com segurança, pacientes infectados pelo novo coronavírus e salvar vidas.

A mensagem é clara: agora é a hora de os países aumentarem sua capacidade de detectar casos, cuidar de pacientes e garantir que os hospitais tenham o espaço, suprimentos e funcionários necessários para prestar os atendimentos (...) Profissionais de saúde são a primeira linha de defesa contra essa pandemia. Precisamos protegê-los para que eles possam cuidar de todos nós.

A reação de Bolsonaro, no entanto, foi de menosprezar a situação e classificar a pandemia como algo normal. No dia 24 de março, em cadeia de televisão⁹⁵ nacional, Bolsonaro desqualificou a OMS e pediu o fim do isolamento

⁹³ Conforme reportagem do Portal Saúde da Editora Abril, disponível em:

<https://saude.abril.com.br/medicina/oms-decreta-pandemia-do-novo-coronavirus-saiba-o-que-isso-significa/>, acessado em 22 de abril de 2020.

⁹⁴ Disponível em:

https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6122:diretora-da-opas-pede-que-ministros-da-saude-reorganizem-servicos-para-atender-pacientes-com-covid-19-e-salvar-vidas&Itemid=812, acessado em 01 de junho de 2020.

⁹⁵ Conforme reportagem do site G1, disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/veja-repercussao-ao-pronunciamento-de-bolsonaro->

social. O presidente pediu a "volta à normalidade", o fim do "confinamento em massa" e disse que os meios de comunicação espalharam "pavor". Dentre as afirmações:

"O vírus chegou, está sendo enfrentado por nós e brevemente passará. Nossa vida tem que continuar. Os empregos devem ser mantidos. O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos sim voltar à normalidade. Algumas poucas autoridades estaduais e municipais devem abandonar o conceito de terra arrasada, a proibição de transportes, o fechamento de comércios e o confinamento em massa. O que se passa no mundo tem mostrado que o grupo de risco é o das pessoas acima dos 60 anos. Por que fechar escolas?" (...) "raros são os casos fatais de pessoas sãs com menos de 40 anos de idade". "90% de nós não teremos qualquer manifestação caso se contamine. Devemos sim é ter extrema preocupação em não transmitir o vírus para os outros, em especial aos nosso queridos pais e avós, respeitando as orientações do Ministério da Saúde".

O discurso desinformativo tem *conteúdo enganoso*, uma vez que o surto já se constituía numa pandemia e a adoção de distanciamento social era a recomendação vigente da OMS e da ciência. Ele fez falsas afirmações do tipo "o vírus brevemente passará" e que seriam raros os casos fatais de pessoas com menos de 40 anos", sem nenhum embasamento científico, respaldo de órgãos internacionais ou de pesquisas que estavam sendo desenvolvidas naquele momento.

7) Cloroquina é eficaz

Data: 25/03/2020

Autor: Jair Bolsonaro

Onde circulou: Plataforma Twitter

Fact-checking: do autor

No dia 25 de março o Presidente foi ao Twitter⁹⁶ mais uma vez publicar uma *fake news*. Jair Bolsonaro afirmou que remédios com hidroxiclороquina e azitromicina "têm se mostrado eficaz nos pacientes ora em tratamento". "Nos próximos dias, tais resultados poderão ser apresentados ao público, trazendo o necessário ambiente de tranquilidade e serenidade ao Brasil e ao mundo", escreveu o mandatário.

em-que-ele-pediu-volta-a-normalidade-fim-do-confinamento-e-disse-que-meios-de-comunicacao-espalharam-pavor.ghtml, acessada em 22 de abril de 2020.

⁹⁶ Disponível em <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/26/bolsonaro-mostra-remedio-feito-com-hidroxiclороquina-em-reuniao-do-g20.htm>, acessado em 19 de junho de 2020.

A desinformação contida nestas declarações tem *conteúdo enganoso* tendo em vista que a Organização Mundial da Saúde (OMS) em maio de 2020 alertava⁹⁷ que a hidroxicloroquina não possuía efeitos comprovados no tratamento nem na prevenção do novo coronavírus. Além disso tem *conteúdo fabricado*, pois não havia nenhum estudo que atestasse a afirmação do Presidente de que os remédios contra malária se mostravam eficazes no caso da Covid-19.

8) Covid é “resfriadinho” e histórico de atleta

Data: 25/03/2020

Autor: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

Fact Checking: do autor

Em 25 de março, quando o mundo já tinha 25 mil mortos por Coronavírus, Bolsonaro chamava a Covid de “resfriadinho”. Secretarias estaduais de Saúde contabilizam 2.555 infectados em todos os estados do Brasil e 59 mortos no país, 48 deles no estado de SP. Pernambuco, Amazonas e Rio Grande do Sul registravam primeira morte pela Covid-19⁹⁸.

A fala do presidente Jair Bolsonaro à imprensa pedindo para as pessoas interromperem o confinamento e minimizando os sintomas da pandemia do coronavírus veio acompanhada da *falsa conexão*⁹⁹ de que atletas estariam menos suscetíveis a contrair o Covid-19, quando não havia nenhum estudo científico que chegasse a esta conclusão.

Bolsonaro afirmou que: “No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus, não precisaria me preocupar. Nada sentiria ou seria, quando muito acometido de uma gripezinha ou resfriadinho”. Mas segundo a Sociedade Brasileira de Infectologia¹⁰⁰, a pessoa não deixaria de pagar coronavírus apenas por ser atleta, como afirmou o presidente.

⁹⁷ Disponível em <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/2020/05/20/oms-alerta-que-hidroxicloroquina-nao-tem-eficacia-comprovada-contracovid-19>, acessado em 13 de agosto de 2020.

⁹⁸ Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/25/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-25-de-marco.ghtml>, acessado em 04 de junho de 2020.

⁹⁹ Conforme reportagem do UOL, disponível em <https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/vida-fit/2020/03/5603546—historico-de-atleta--nao-salva-competidores-profissionais-do-coronavirus.html>, acessada em 09 de junho de 2020.

¹⁰⁰ Conforme reportagem da Gazeta disponível em: <https://www.agazeta.com.br/brasil/medicos-corrigem-bolsonaro-e-afirmam-que-atletas-podem-adoecer-por-coronavirus-0320>, acessado em 10 de junho de 2020.

Ressaltamos que também a conexão do coronavírus com o vírus da gripe ou com um simples resfriado é falsa, pois tratam-se de vírus diferentes com efeitos parecidos no organismo, porém com mais gravidade no caso da Covid-19, conforme aponta a OPAS (2020):

Embora os sintomas dos dois vírus sejam semelhantes, a porcentagem de pessoas com doença grave parece ser diferente. Para a COVID-19, os dados atuais sugerem que 80% das infecções são leves ou assintomáticas, 15% são graves e requerem oxigênio e 5% são críticas, exigindo ventilação. Essas porcentagens de infecções graves e críticas são mais altas que as da gripe.

Nas redes sociais os brasileiros agiram em tom de ironia ao trecho citado por Bolsonaro em seu pronunciamento, já que ele pertence ao grupo de risco da doença e não havia nenhum estudo oficial que comprovasse que um ex-atleta tenha imunidade ao novo coronavírus. Muitas publicações traziam imagem de Bolsonaro fazendo flexão, outras traziam foto antiga do Presidente, ainda jovem, correndo em uma pista de atletismo acompanhada de crítica à declaração, como a de José Simão¹⁰¹, no Twitter (Figura 26).

Figura 26 – Reação à declaração de Bolsonaro sobre histórico de atleta



Fonte: @jose_simao ,Twitter (2020).

¹⁰¹ Disponível em https://twitter.com/jose_simao/status/1242896982710026240, acessado em 22 de junho de 2020.

9) Vão morrer alguns

Data: 27/03/2020

Autor: Jair Bolsonaro

Onde circulou: imprensa

Veículo: TV Bandeirantes

Fact Checking: do autor

Em 27 de março secretarias estaduais de saúde contabilizavam 3.477 infectados em todos os estados. Eram registradas as primeiras mortes em GO, DF e em SC; eram 93 mortos em todo Brasil.¹⁰²

Um dia antes do Governo lançar a campanha “O Brasil Não pode Parar” contra o isolamento, durante entrevista ao Programa Brasil Urgente, da TV Bandeirantes, Bolsonaro disse ao apresentador José Luis Datena que “Alguns vão morrer? Vão, ué, lamento. Essa é a vida”.

Esta afirmação desinformativa apresenta um *falso contexto*, pois em meio à pandemia a morte é inserida como algo aceitável da vida, ao passo em que o mesmo Governo que apenas lamentava, não apresentava nenhuma estratégia de prevenção e combate à disseminação da doença. O que se viu foram milhares de brasileiros vítimas da doença cuja taxa de mortalidade se mostrou alta, segundo já apontava em 25 de março a OPAS (2020), dois dias do comentário de Bolsonaro:

“A mortalidade por COVID-19 parece ser mais alta do que por gripe, especialmente a gripe sazonal. Embora se leve algum tempo para entender completamente a verdadeira mortalidade, os dados existentes sugerem que a taxa de mortalidade está entre 3% e 4%. Para a gripe sazonal, a mortalidade geralmente está abaixo de 0,1%. No entanto, a mortalidade é amplamente determinada pelo acesso e qualidade dos cuidados de saúde”.

Portanto, conectar um episódio pandêmico global como este, com um fato natural gerador de algumas mortes é falso.

¹⁰²Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/27/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-27-de-marco.ghtml>, acessado em 03 de junho de 2020.

10) Campanha “Brasil Não pode Parar”

Data: 28/03/2020

Autor: Governo Federal

Onde circulou: Plataforma Facebook

Fact-checking: do autor

Ao caldo de fatos, se soma as ações do Governo nas redes sociais para promover ideias contrárias a órgãos como a OMS e a tentativa de normalização da pandemia.

A campanha brasileira “O Brasil Não Pode Parar”, em alusão à campanha similar “Milão Não Para¹⁰³”, disseminada pelo governo da metrópole italiana de Milão no começo da crise, é um fato importante a ser sublinhado. Em entrevista à rede italiana RAI, repercutida no Brasil pela imprensa¹⁰⁴, o prefeito Giuseppe Sala reconheceu o erro: “Foi algo inimaginável, ninguém tinha entendido ainda a violência do vírus”, afirmou.

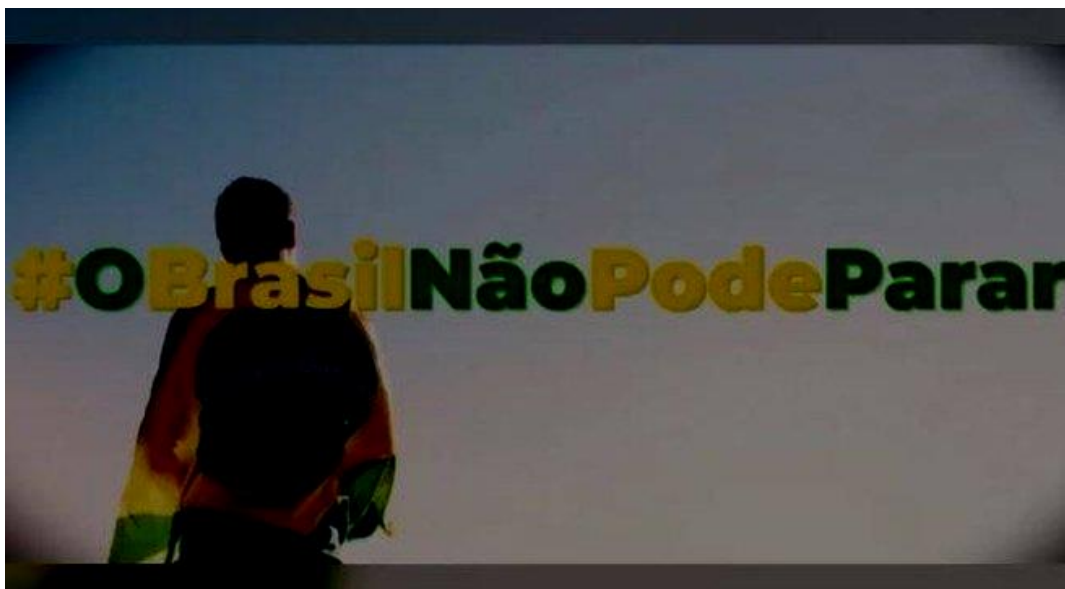
Mesmo com o arrependimento do governante italiano, diante de milhares de mortes registradas após essa flexibilização do isolamento, o governo brasileiro adotou o mesmo discurso inicial dos italianos por meio do vídeo institucional da campanha lançado no You Tube (Figura 27). Com um minuto e meio de duração, o vídeo traz imagens de trabalhadores, com uma narrativa que enfatiza o aumento do desemprego em diversas áreas da economia, que poderá ser gerado se medidas de isolamento forem seguidas.

O fato gerou grande repercussão e debate nas redes sociais, sobretudo no Twitter, com forte polarização do discurso entre apoiadores do Presidente e contrários à incapacidade do Governo em gerir a pandemia com medidas que resguardassem a vida dos brasileiros. Ressaltamos que somente este acontecimento mereceria análise própria, sendo um promissor objeto de estudo.

¹⁰³Tradução do original “Milano non si ferma”, em italiano.

¹⁰⁴Disponível em <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/27/na-italia-prefeito-se-arrepende-de-ter-dito-milao-nao-para.ghtml>, acessado em 02 de junho de 2020.

Figura 27 – Frame do Vídeo “Campanha O Brasil Não Pode Parar”



Fonte: You Tube (2020).

O conteúdo desinformativo foi rapidamente repellido pela Justiça. O Ministério Público Federal no Rio apresentou ação para impedir que a comunicação fosse veiculada por rádio, televisão, jornais, revistas, sites ou qualquer outro meio, físico ou digital. Por meio da liminar, a Justiça Federal também acatou o pedido do MP para que a União não executasse nenhuma campanha que sugeriria à população brasileira comportamentos que não estejam estritamente embasados em diretrizes técnicas, emitidas pelo Ministério da Saúde, com fundamento em documentos públicos, de entidades científicas de notório reconhecimento.

A Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República chegou a afirmar¹⁰⁵ que:

Definitivamente, não existe qualquer campanha publicitária ou peça oficial da Secom intitulada ‘O Brasil não pode parar’. A secretaria ainda trata como “mentira” e “fake news” o que foi divulgado por “determinados veículos de comunicação”. “Não há qualquer veiculação em qualquer canal oficial do governo federal a respeito de vídeos ou outras peças sobre a suposta campanha.

Entretanto, conforme veremos, a campanha de fato existiu e não houve *fake news* por parte da imprensa. Foi mais uma tentativa do Governo de gerar desinformação, tanto na campanha quanto na resposta à Justiça Federal. Seguindo

¹⁰⁵ Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2020/03/28/justica-proibe-campanha-o-brasil-nao-pode-parar.html>, acessado em 30 de junho de 2020.

a tipologia de Wardle (2017), a mensagem do vídeo institucional se constitui em *conteúdo enganoso e manipulado* com a intenção de gerar sensação de normalidade, diante do avanço da pandemia.

Figura 28 – Publicação do Governo #obrasilnãopodeparar



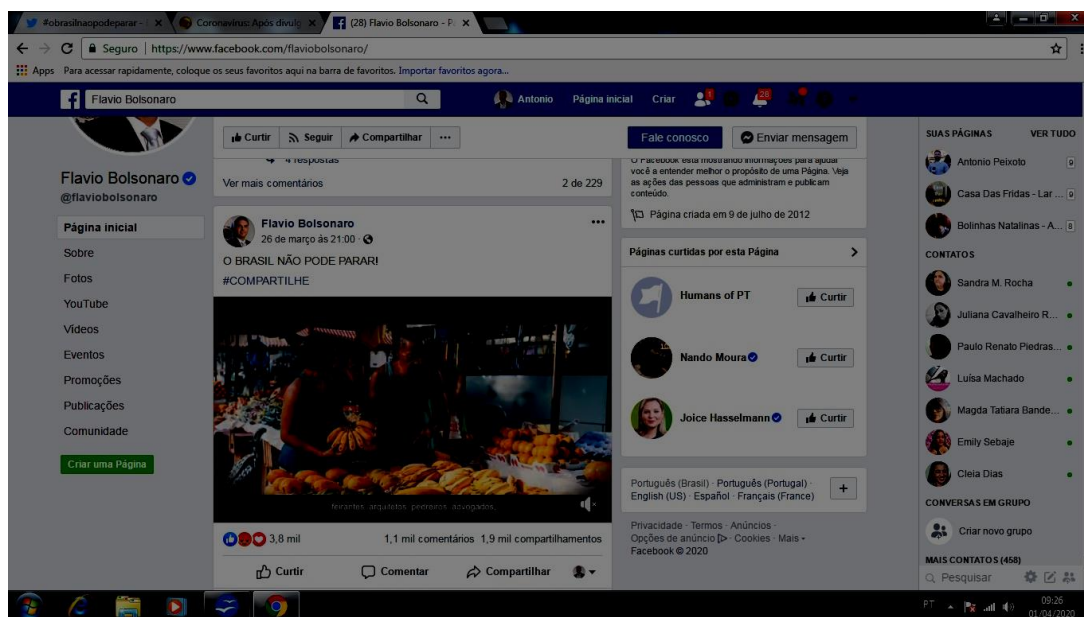
Fonte: @governodobrasil, Twitter (2020).

A postagem elaborada pela Comunicação Social do Governo (Figura 28) circulou nas plataformas defendendo a proposta de normalização das atividades, em defesa da economia nacional e do “isolamento vertical” (proposto apenas para os idosos). Na página do Governo no Twitter foi levantada a *hashtag* em postagem com o seguinte texto:

A quase totalidade dos óbitos se deu com idosos. Portanto, é preciso proteger estas pessoas e todos os integrantes dos grupos de risco, com todo cuidado, carinho e respeito. Para estes, o isolamento. Para todos os demais, distanciamento, atenção redobrada e muita responsabilidade. Vamos, com cuidado e consciência, voltar à normalidade.

A campanha “O Brasil Não pode Parar” foi compartilhada também na conta de Facebook do Senador Flávio Bolsonaro, filho do Presidente (Figura 29).

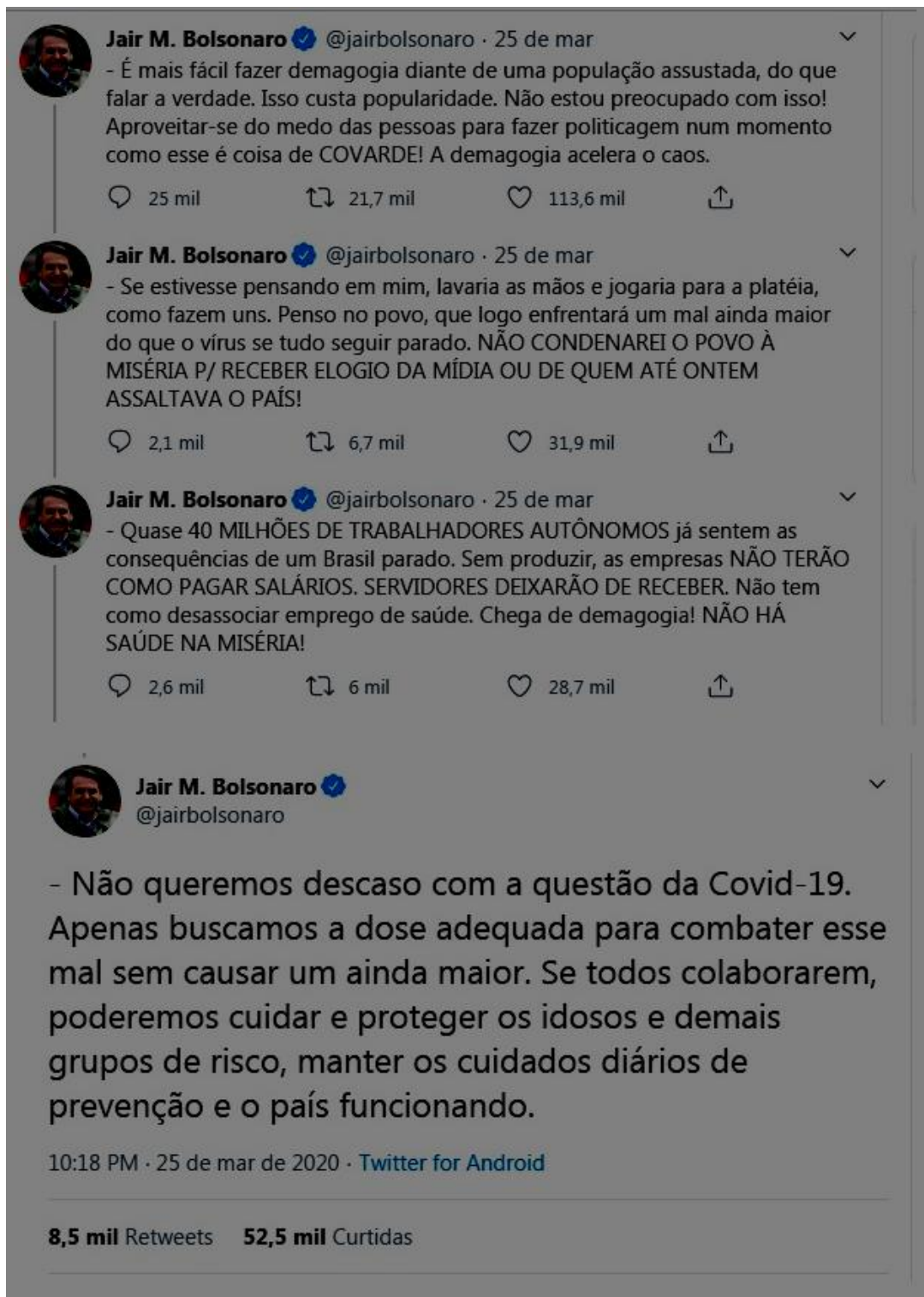
Figura 29 – Publicação da campanha “O Brasil Não Pode Parar”



Fonte: Página de Flavio Bolsonaro, no Facebook (2020).

Na mesma data em que foi lançada a campanha, Bolsonaro fez uma sequência de quatro publicações em sua conta do Twitter (Figura 30) com o mesmo tipo de conteúdo. Justificou a volta da normalidade e o isolamento apenas dos idosos, pelas perdas sofridas pela economia, pelo desemprego e pelo fechamento de empresas que gerariam “miséria” que, segundo ele, seria um mal pior que a ameaça à saúde pelo vírus.

Figura 30 – Seleção de tweets de Bolsonaro



Jair M. Bolsonaro @jairbolsonaro · 25 de mar

- É mais fácil fazer demagogia diante de uma população assustada, do que falar a verdade. Isso custa popularidade. Não estou preocupado com isso! Aproveitar-se do medo das pessoas para fazer politicagem num momento como esse é coisa de COVARDE! A demagogia acelera o caos.

25 mil 21,7 mil 113,6 mil

Jair M. Bolsonaro @jairbolsonaro · 25 de mar

- Se estivesse pensando em mim, lavaria as mãos e jogaria para a platéia, como fazem uns. Penso no povo, que logo enfrentará um mal ainda maior do que o vírus se tudo seguir parado. NÃO CONDENAREI O POVO À MISÉRIA P/ RECEBER ELOGIO DA MÍDIA OU DE QUEM ATÉ ONTEM ASSALTAVA O PAÍS!

2,1 mil 6,7 mil 31,9 mil

Jair M. Bolsonaro @jairbolsonaro · 25 de mar

- Quase 40 MILHÕES DE TRABALHADORES AUTÔNOMOS já sentem as consequências de um Brasil parado. Sem produzir, as empresas NÃO TERÃO COMO PAGAR SALÁRIOS. SERVIDORES DEIXARÃO DE RECEBER. Não tem como desassociar emprego de saúde. Chega de demagogia! NÃO HÁ SAÚDE NA MISÉRIA!

2,6 mil 6 mil 28,7 mil

Jair M. Bolsonaro @jairbolsonaro

- Não queremos descaso com a questão da Covid-19. Apenas buscamos a dose adequada para combater esse mal sem causar um ainda maior. Se todos colaborarem, poderemos cuidar e proteger os idosos e demais grupos de risco, manter os cuidados diários de prevenção e o país funcionando.

10:18 PM · 25 de mar de 2020 · [Twitter for Android](#)

8,5 mil Retweets **52,5 mil** Curtidas

Fonte: @jairbolsonaro, Twitter (2020).

11) Remédio contra a Covid

Data: 29/03/2020

Agente: Jair Bolsonaro

Onde Circulou: Plataforma Twitter

Fact-checking: do autor

Em um vídeo¹⁰⁶ divulgado pelo Presidente no Twitter no dia 29 de março de 2020 (Figura 31), o Presidente foi às ruas para conversar com a população e reforçou crença, sem embasamento científico, na ação da hidroxicloroquina contra o coronavírus. Sem máscara, ele entrou em um supermercado, voltou a provocar aglomerações, criticou as medidas de isolamento e disse para jornalistas que "o país fica imune quando 60, 70% foram infectados" e que um remédio contra o coronavírus "já é uma realidade", sem apresentar, no entanto, comprovação.

Figura 31 – Frame do Vídeo de Bolsonaro em aglomeração



Fonte: ISTOÉ (2020).

Segundo o protocolo do Twitter que justamente seguiu as recomendações e diretrizes da OMS, o vídeo foi apagado da plataforma. No blog do Twitter¹⁰⁷ constam os tipos de conteúdos que passaram a ser contra as regras da rede, entre eles o de Bolsonaro:

¹⁰⁶Foto do vídeo disponível em <https://istoe.com.br/mpf-pede-multa-e-justica-da-24-horas-para-bolsonaro-explicar-passeio-no-df/>

¹⁰⁷Disponível em https://blog.twitter.com/pt_br.html, acessado em 09 de junho de 2020.

[Medidas que estamos tomando:] Abranger nossa definição de danos para atuar em conteúdos que vão diretamente contra as informações globais e locais de saúde pública orientadas por fontes oficiais. Em vez de depender de denúncias, atuaremos próximos a parceiros confiáveis, incluindo autoridades de saúde pública e governos, e continuaremos usando e consultando informações dessas fontes ao revisar os conteúdos. Sob essa nova orientação, solicitaremos que as pessoas removam Tweets que incluam:

Negação das recomendações de autoridades de saúde locais ou globais para diminuir a possível exposição ao COVID-19 com a intenção de influenciar as pessoas a agir contra as orientações recomendadas, como: “o distanciamento social não é eficaz” ou incentivar ativamente as pessoas a não se distanciar socialmente em áreas impactadas pelo COVID-19.

Descrição de tratamentos ou medidas de proteção que não sejam diretamente prejudiciais, mas ineficazes; que não se aplicam ao contexto do COVID-19; ou que estão sendo compartilhadas com a intenção de enganar outras pessoas, mesmo que sejam em tom de humor, como “o coronavírus não é resistente ao calor – caminhar ao ar livre é suficiente para se proteger” ou “use aromaterapia e óleos essenciais para prevenir o COVID-19”.

Descrição de tratamentos prejudiciais ou medidas de proteção ineficazes; que não se aplicam ao COVID-19; ou estão sendo compartilhadas fora de contexto para enganar pessoas, mesmo que sejam feitas em tom de brincadeira, como “beber água sanitária e ingerir prata coloidal curará o COVID-19”.

Negação de fatos científicos estabelecidos em relação à transmissão durante o período de incubação ou orientação das autoridades de saúde locais e globais, como “COVID-19 não infecta crianças porque não vimos nenhum caso de crianças doentes”.

Afirmções específicas em torno das informações do COVID-19 que têm como objetivo manipular as pessoas para um determinado comportamento, para ganho de terceiros com um pedido de alguma ação, como “o coronavírus é uma fraude e não é real – saia e curta seu bar local!” ou “as notícias sobre lavar as mãos são propaganda para as empresas de sabão, parem de lavar as mãos” ou “ignorem as notícias sobre o COVID-19, elas são apenas uma tentativa de destruir o capitalismo, quebrando o mercado de ações”.

Afirmções específicas e não verificadas que incitam as pessoas a agir e causam pânico generalizado, agitação social ou desordem em larga escala, como “a Guarda Nacional acaba de anunciar que não haverá mais reposição de alimentos por 2 meses – vá até o supermercado o mais rápido possível e compre tudo o que puder!”

Afirmções específicas e não verificadas feitas por pessoas que se passam por um funcionário, organização ou governo de saúde, como uma conta de paródia de um oficial de saúde italiano afirmando que a quarentena do país acabou.

Propagação de informações falsas ou enganosas sobre os critérios ou procedimentos de diagnóstico do COVID-19, como “se você puder prender a respiração por 10 segundos, não terá coronavírus”.

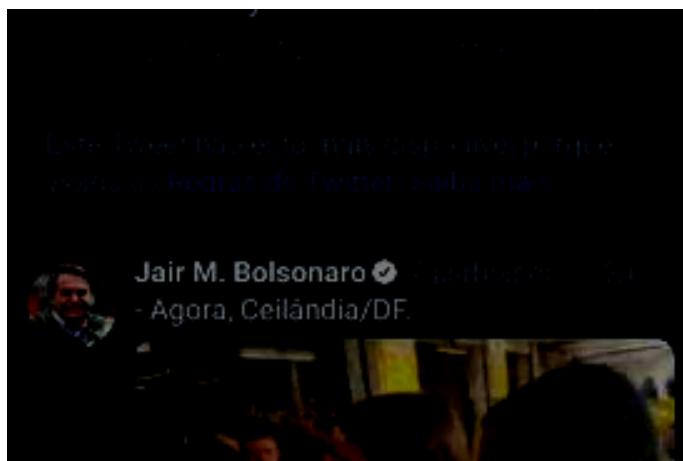
Declarações falsas ou enganosas sobre como diferenciar COVID-19 de outra doença e informações que tenham o objetivo de diagnosticar alguma pessoa, como “se você tem tosse úmida, não é coronavírus – mas tosse seca é” ou “você vai sentir como se estivesse se afogando em catarro se tiver coronavírus – não é uma secreção nasal normal”.

Informações de que grupos específicos ou nacionalidades nunca são suscetíveis ao COVID-19, como “pessoas com pele escura são imunes ao COVID-19 devido à produção de melanina” ou “a leitura do Alcorão tornará um indivíduo imune ao COVID-19”.

Afirmções de que grupos específicos ou nacionalidades são mais suscetíveis ao COVID-19, como “evite empresas pertencentes ao povo chinês, pois é mais provável que tenham o COVID-19”.

No mesmo dia o Facebook também excluiu um vídeo (Figura 32) publicado pelo presidente em sua conta em que dizia¹⁰⁸: "aquele remédio lá, hidroxicloroquina, está dando certo em tudo o que é lugar".

Figura 32 – Tweet apagado da conta de Bolsonaro



Fonte: @jairbolsonaro, Twitter (2020).

Em nota o Facebook afirmou a motivação da remoção: "Removemos conteúdo no Facebook e Instagram que viole nossos Padrões da Comunidade, que não permitem desinformação que possa causar danos reais às pessoas". No lugar das publicações, feitas constou a mensagem: "Este tweet não está mais disponível porque violou as regras do Twitter".

O conteúdo desinformativo é enganoso, uma vez que não existem estudos que atestem o que o presidente defendeu, o que é reforçado pela OPAS (2020):

Embora a hidroxicloroquina e a cloroquina sejam produtos licenciados para o tratamento de outras doenças – respectivamente, doenças autoimunes e malária –, não há evidência científica até o momento de que esses medicamentos sejam eficazes e seguros no tratamento da COVID-19".

O Conselho Nacional de Saúde também se manifestou sobre o uso da cloroquina e, em maio de 2020 recomendou¹⁰⁹ que o Ministério da Saúde suspendesse a indicação do uso da medicação que originalmente combate a Malária.

¹⁰⁸ Segundo reportagem da BBC, disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52101240>, acessada em 30 julho de 2020.

¹⁰⁹ Recomendação número 42, de 22 de maio de 2020, disponível em: <http://conselho.saude.gov.br/recomendacoes-cns/1193-recomendacao-n-042-de-22-de-maio-de-2020>.

12) Governadores inflam números

Data: 30/03/2020

Autor: Jair Bolsonaro

Plataforma: REDE TV

Fact-checking: Projeto Comprova

Em 30 de março, ignorando os números da doença no Brasil, em entrevista¹¹⁰ à Rede TV, Bolsonaro atacou os governadores que estariam inflando os dados da doença, sem comprovar a acusação grave que fez:

Não se pode impor isolamento como alguns estados fizeram de forma quase eterna (...) parece que há interesse por parte de alguns governadores de inflar o número de vitimados do vírus. Daria mais respaldo para eles, para justificar as medidas que eles tomaram. (...) Eu vou dar um exemplo do que aconteceu no final de semana, em Pernambuco. Vamos conferir se procede. Um borracheiro consertando, trocando um pneu, estourou o pneu no rosto dele, a calota, enfim, o pneu. E, no atestado de óbito dele, colocaram como coronavírus”.

O apresentador perguntou se o Presidente tinha conhecimento deste fato e se realmente as autoridades colocaram a morte do borracheiro na conta do vírus. Em resposta, Bolsonaro não desmentiu o fato e disse que chefes dos estados estão interessados em mentir sobre os índices de mortalidade para ganharem respaldo às medidas que têm adotado. Disse Bolsonaro:

É, temos conhecimento desse fato específico, como de outros. Parece que há interesse por parte de alguns governadores em inflar o número dos óbitos vitimados do vírus. E daí daria mais respaldo para ele, talvez, pedir mais recurso para o governo federal, para justificar as medidas que eles tomaram, para dizer, olha, se não tivesse tomado essa medida aqui no meu estado, a crise seria mais grave, mais gente teria morrido. Agora, nós sabemos que um óbito não pode ser lavrado dessa maneira”.

Apesar de nenhuma das três agências adotadas pela nossa pesquisa terem feito a checagem destas afirmações, fizemos *fact-checking* próprio utilizando alguns veículos como a Folha de São Paulo¹¹¹ e a Gaúcha/ZH¹¹² que desmentiram as

¹¹⁰ Conforme reportagem da Exame, disponível em <https://exame.com/brasil/bolsonaro-sobre-covid-19-nao-vou-sentir-nada-fui-atleta-e-levei-facada/>, acessado em 09 de junho de 2020.

¹¹¹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/03/bolsonaro-endossa-noticia-falsa-para-dizer-que-estados-inflam-mortes-por-coronavirus.shtml>., acessada em 01 de agosto de 2021.

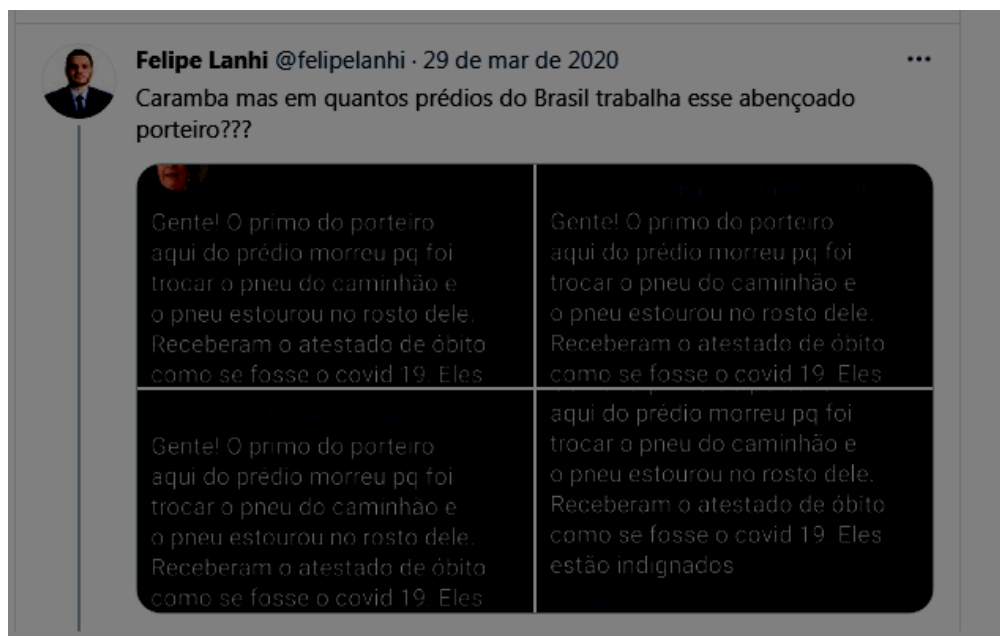
¹¹² Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2020/03/fake-news-do-borracheiro-e-usada-para-desacreditar-numeros-do-coronavirus-ck8dibh7y02tz01o91mc4j6s4.html>, acessada em 01 de agosto de 2021.

declarações do Presidente Jair Bolsonaro e, neste caso, consideraremos *fake news*. Não havia nenhuma prova de que os governadores estariam manipulando as informações sobre as mortes de Covid-19, aumentando as estatísticas com dados fraudulentos.

Nas redes sociais como o Twitter, o caso repercutiu entre os apoiadores do Presidente que endossaram as afirmações compartilhando conteúdo desinformativo. As postagens repetiam a estória do borracheiro que morreria em acidente. Entre os críticos das *fake news*, também houve reações como o post¹¹³ do perfil de @felipelanhi, no Twitter, que teve 6,6 mil compartilhamentos.

O perfil reproduz (Figura 33) em tom de desaprovação, montagem com posts de quatro pessoas que disseminaram a desinformação como se testemunhas fossem do caso ocorrido, utilizando o mesmo texto em todas as portagens: “Gente, o primo do porteiro aqui do prédio morreu pq foi trocar o pneu do caminhão e o pneu estourou no rosto dele. Receberam atestado de óbito como se fosse Covid-19. Eles estão indignados”.

Figura 33 – Publicação sobre o caso do “borracheiro”



Fonte: @felipelanhi, Twitter (2020).

¹¹³ Disponível em https://twitter.com/felipelanhi/status/1244126652269019136?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etwetembed%7Ctwterm%5E1244126652269019136%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fgauchazh.clicrbs.com.br%2Fcoronavirus-servico%2Fnoticia%2F2020%2F03%2Ffake-news-do-borracheiro-e-usada-para-desacreditar-numeros-do-coronavirus-ck8dibh7y02tz01o91mc4j6s4.html, acessada em 01 de agosto de 2021.

No WhatsApp, segundo checagem da Gaúcha/ZH¹¹⁴, foi espalhado o suposto atestado de óbito com um áudio de um homem afirmando que:

"Esse amigo meu faleceu segunda-feira, ele era borracheiro. E o pneu de caminhão estourou, com ele fazendo o serviço. E ele foi socorrido para o hospital (..) Agora o que nos intriga, veja aí o atestado de óbito, a conspiração triste para derrubar o governo Bolsonaro, ou seja, a maioria das pessoas que estão morrendo no estado estão colocando no laudo que é coronavírus. E eu tava lá, eu vi, o acidente foi um pneu que estourou no cara".

A declaração de Bolsonaro é, portanto, desinformativa com *conteúdo enganoso* que distorce os fatos sem apresentar comprovação e induz à uma falsa crença de que existe manipulação dos dados, para desacreditar a divulgação dos números de mortos. Além disso, a informação de manipulação dos dados pelos governadores e a associação com caso do borracheiro apresentam *falsa conexão*, uma vez que o Presidente conecta os fatos com argumentação sem sustentação. Parte de uma caso falso para afirmar e generalizar algo que não se pode comprovar nem estatisticamente, nem por meio de evidências.

13) Curado por Cloroquina

Data: 30/03/2020

Agente: Flávio Bolsonaro

Onde circulou: Plataformas Instagram e Facebook

Fact-checking: Projeto Comprova

Em 30 de março o senador Flávio Bolsonaro compartilhou em seu perfil no Instagram¹¹⁵ e no Facebook (Figura 34) uma foto falsa em publicação do site bolsonarista Senso Incomum sobre supostos casos de cura da covid-19 com uso de hidroxicloroquina – substância defendida pelo pai, o presidente Jair Bolsonaro, para tratamento dos contaminados pelo coronavírus. O texto afirma que quatro pacientes de São Paulo se salvaram após uso do remédio e foi ilustrado com a foto de um morador de Porto Alegre que não contraiu a doença.

¹¹⁴ Ibidem 114

¹¹⁵ Disponível em <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/holofote/2020/03/30/interna-holofote,841245/flavio-bolsonaro-compilha-foto-falsa-sobre-cura-do-coronavirus.shtml>, acessado em 23 de junho de 2020.

Evidentemente Flávio Bolsonaro não produziu o conteúdo desinformativo, mas o compartilhou, sem checar. Pela tipologia, definimos como *conteúdo manipulado*. A imagem é um frame de uma reportagem que TV RBS fez sobre a UTI humanizada em hospitais, manipulado com manchete cujo *conteúdo é enganoso*. No mesmo dia o post foi apagado por Flávio Bolsonaro.

Figura 34 – Post de Flávio Bolsonaro sobre pacientes supostamente curados



Fonte: Facebook (2020).

De fato, quatro pacientes com Covid-19 internados em estado grave na UTI do Hospital Igesp, em São Paulo, receberam alta após tratamento com combinações de hidroxicloroquina e outras drogas. Porém, devido a amostra relativamente pequena de pacientes, não é possível determinar que eles foram curados graças à hidroxicloroquina, como afirma¹¹⁶ o médico e coordenador das UTIs do hospital, Dante Senra: “Como se trata ainda de um número pequeno, não há como estabelecer uma relação de causa e efeito”.

¹¹⁶ Em reportagem de IstoÉ, disponível em: <https://istoe.com.br/quatro-pacientes-de-uti-com-coronavirus-tem-alta-apos-uso-de-hidroxicloroquina/>, acessada em 01 de agosto de 2020.

14) Políticas dos Países Baixos

Data: 31/03/2020

Agente: Osmar Terra

Onde Circulou: Twitter

Fact-checking: Lupa

No dia 31 de março o deputado federal Osmar Terra, publicou informações equivocadas sobre as políticas adotadas pelos Países Baixos no combate ao Covid-19, segundo a agência Lupa¹¹⁷. O deputado federal e ex-ministro da Cidadania de Bolsonaro, publicou em suas redes sociais que os Países Baixos, sem restringir a movimentação da população, “está indo para o fim da epidemia”. O post (Figura 35) acompanha um gráfico que, supostamente, mostra a queda no número de casos no país.

Figura 35 – Post de Osmar Terra sobre supostos índices da Holanda



Fonte: @osmarterra no Twitter (2020).

¹¹⁷Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/04/01/osmar-terra-coronavirus-holanda/>, acessado em 19 de junho de 2020.

Terra publicou *conteúdo manipulado e enganoso*, uma vez que as afirmações são falsas e o gráfico não mostra os efeitos de uma País que saiu da crise sem tomar nenhuma medida, como afirma o ministro.

A agência Lupa verificou que, embora os Países Baixos tenham tomado medidas menos severas do que países vizinhos com relação à prevenção da pandemia do novo coronavírus, desde o dia 16 de março, vários estabelecimentos comerciais estavam proibidos de abrir. Além do comércio, os Países Baixos ordenaram o fechamento de todos os equipamentos públicos não-essenciais, incluindo os estabelecimentos de ensino, museus, teatros e clubes de esportes. Também não estavam funcionando todos os estabelecimentos comerciais que dependem de interações físicas entre as pessoas, como manicures, cabeleireiros, tatuadores e massagistas, portanto a afirmação de Terra era falsa.

Além disso o conteúdo do gráfico também não condizia com o momento narrado, conforme apurou a Lupa. Segundo o Ministério da Saúde dos Países Baixos, na data em que o ministro publicou o tuíte, o país registrou o maior número de internações e o maior número de mortes por Covid-19 desde o início da pandemia. Ao todo, foram 722 pessoas hospitalizadas e 175 pessoas mortas. Isso representa um crescimento de 42% nas internações e 88% nas mortes em relação ao dia anterior à publicação de Terra.

15) OMS é contra o isolamento

Data: 31/03/2020

Agente: Jair Bolsonaro

Onde circulou: Facebook

Fact-checking: Projeto Comprova

Em 31 de março Jair Bolsonaro foi às redes sociais e afirmou que a OMS era contra as medidas de isolamento, uma das maiores *fake news* dentre as analisadas em nosso corpus, tendo em vista o histórico da narrativa do órgão desde o começo da crise. Bolsonaro havia compartilhado no Facebook¹¹⁸ um vídeo com um trecho do discurso de Tedros, mas sem a parte em que ele cobra os governos. "Algo mudou na

¹¹⁸ Conforme apurado pela reportagem da DW, disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-distorce-fala-do-chefe-da-oms-para-atacar-isolamento-social/a-52974440>, acessado em 22 de junho de 2020.

OMS? Agora se preocupam com os informais? Jair Bolsonaro sempre esteve certo?", diz a legenda na rede social.

Conforme checagem do Projeto Comprova¹¹⁹, um trecho fora de contexto de uma fala do diretor-geral da Organização Mundial de Saúde no qual ele alerta para os impactos econômicos do distanciamento social, foi compartilhado por ele e alguns seguidores nas redes sociais de modo a referendar a posição do presidente Jair Bolsonaro sobre o enfrentamento à pandemia do novo coronavírus, contrária à implementação do isolamento social. O alerta de Tedros Adhanom Ghebreyesus, no entanto, não significa que a OMS tenha deixado de apoiar o isolamento social como estratégia contra a Covid-19, como quis dizer Bolsonaro. Ou seja, o conteúdo desinformativo além de apresentar *falso contexto*, é *enganoso e manipulado*, uma vez que não é esta a mensagem que a OMS transmitiu, nem é apresentada na íntegra para que haja a devida interpretação.

Em sua colocação, feita durante coletiva de imprensa da OMS no dia 30 de março, Adhanom pede que os governos levem em consideração os impactos econômicos que um *lockdown* pode ter sobre as pessoas mais pobres. “Alguns países têm um forte sistema de bem-estar social e outros não”, disse. “Os governos devem ter em conta está população; se estamos fechando ou se estamos limitando a movimentação, o que vai acontecer às pessoas que têm de trabalhar diariamente e têm de ganhar o pão de cada dia?”, questiona o diretor-geral da OMS.

Por conta da repercussão de sua fala, o diretor-geral da OMS esclareceu posteriormente, em sua conta de Twitter, que não quis dizer que os países não deveriam impor o distanciamento social para conter a disseminação da covid-19. Adhanom afirmou que os governos deveriam desenvolver políticas para proteger os mais vulneráveis.

¹¹⁹ Disponível em <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/video-do-diretor-da-oms-foi-tirado-de-contexto-para-validar-discurso-de-bolsonaro/>, acessado em 23 de junho de 2020.

16) Desabastecimento na CEASA/MG

Data: 01/04/2020

Agente: Jair Bolsonaro

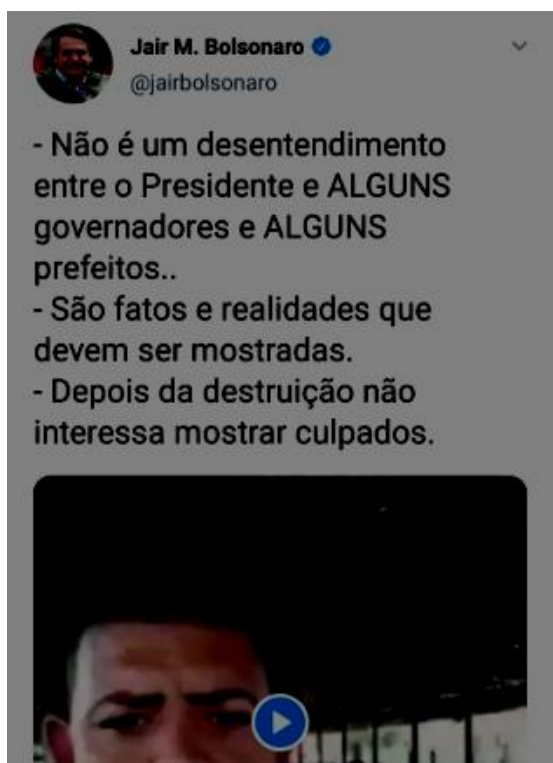
Onde circulou: Twitter

Fact Checking: Lupa e Fato ou Fake

No dia 01 de abril o Presidente Bolsonaro vai novamente ao Twitter publicar uma fake news, desta vez sobre o desabastecimento da Ceasa em Minas Gerais. Bolsonaro publicou no Twitter um vídeo que teria sido gravado na unidade das Centrais de Abastecimento de Minas Gerais do município de Contagem, na região metropolitana de Belo Horizonte. Na filmagem, um homem mostra as instalações vazias e afirma que “isso se chama desabastecimento”.

No vídeo compartilhado pelo presidente (Figura 36), o homem que grava o vídeo não se identifica, mas afirma que está fazendo o registro na terça-feira, dia 31 de março. Na sequência, ele faz elogios ao presidente e critica a postura dos governadores. O homem não identificado aparece relatando e mostrando a falta de alimentos na Ceasa de Belo Horizonte, com um galpão com pouco movimento ao fundo e dizendo "Isso aqui se chama desabastecimento. Fome também mata, desespero e caos matam". Nas imagens, este homem ainda reclamava da situação: “Não vamos esquecer não, tá. A culpa disso aqui é dos governadores porque o presidente da República está brigando incessantemente para ter uma paralisação responsável”.

Figura 36 – Post de Bolsonaro sobre “desabastecimento” no Ceasa de MG



Fonte: @jairbolsonaro no Twitter (2020).

Na publicação Bolsonaro também criticou alguns governadores e prefeitos sobre as medidas de isolamento adotadas por estes, que já estariam afetando a distribuição de alimentos. Bolsonaro escreveu na publicação que as informações do vídeo “são fatos e realidade que devem ser mostradas”. Cinco horas depois, o Presidente apagou a publicação (Figura 19) , depois que veículos como G1 e TV Globo desmentiram o fato. A agência Lupa e o Fato ou Fake¹²⁰, do G1, apuraram que, segundo a Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais, o fluxo de abastecimento seguia normal desde o dia 12 de março na Ceasa e que, portanto, tratava-se de *fake news*, com conteúdo enganoso.

Realizadas as análises de *fact-checking* que definiram o conteúdo como desinformativo e feitas as observações pertinentes quanto à tipologia definida por Wardle (2017), analisaremos adiante as recorrências encontradas nas publicações que também nos ajudarão a caracterizar a circulação deste conteúdo.

¹²⁰ Disponível em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/04/01/e-fake-que-ceasa-de-minas-gerais-vive-desabastecimento-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus.ghtml>, acessado em 23 de junho de 2020.

4.4 ANÁLISE DAS RECORRÊNCIAS DO CONTEÚDO DESINFORMATIVO

No contexto da análise qualitativa das *fake news* do Governo Bolsonaro nos propomos a definir e identificar a existência de recorrências do conteúdo desinformativo. Sobre a definição do que seja esta análise de conteúdo, assim define Bardin (1977, p.42):

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Porém, antes de iniciar a análise propriamente dita, foi importante organizar os materiais em uma fase que a autora chama de pré-análise em que definimos a delimitação temporal e pesquisamos o conteúdo desinformativo relacionado às *fake news* do governo Bolsonaro durante a pandemia. Fizemos uma leitura flutuante do material, definimos as publicações analisadas (a priori) e selecionamos os documentos que foram coletados para a análise (a posteriori); constituímos o *corpus* com base na exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. Retomamos a questão da investigação e o objetivo proposto e passamos então para a definição do corpus, possível pela delimitação temporal pré-estabelecida (organizada em uma linha do tempo) e utilização do mecanismo de *fact-checking* como método de definição do conteúdo recortado.

Partimos então para a fase de exploração do material, em um primeiro momento aplicando a tipologia das *fake news* e, em um segundo momento categorizando o conteúdo que circulou como desinformação que é a etapa atual.

Em nossa pesquisa tivemos várias mensagens que foram sendo geradas durante o processo: aquelas das declarações de Bolsonaro escritas e orais na mídia, as entrevistas coletivas cujas falas foram registradas pela imprensa sob a forma de notícias e das publicações de Bolsonaro e agentes do Governo realizadas nas redes sociais digitais.

Tínhamos em mente uma preocupação para não fazermos, conforme aponta Bardin (1977), uma “compreensão espontânea” dos dados que estavam em nossas mãos. A preocupação era ter uma atitude de “vigilância crítica” diante dos dados e, por essa razão, buscamos, por meio das inferências, atribuir-lhes significados.

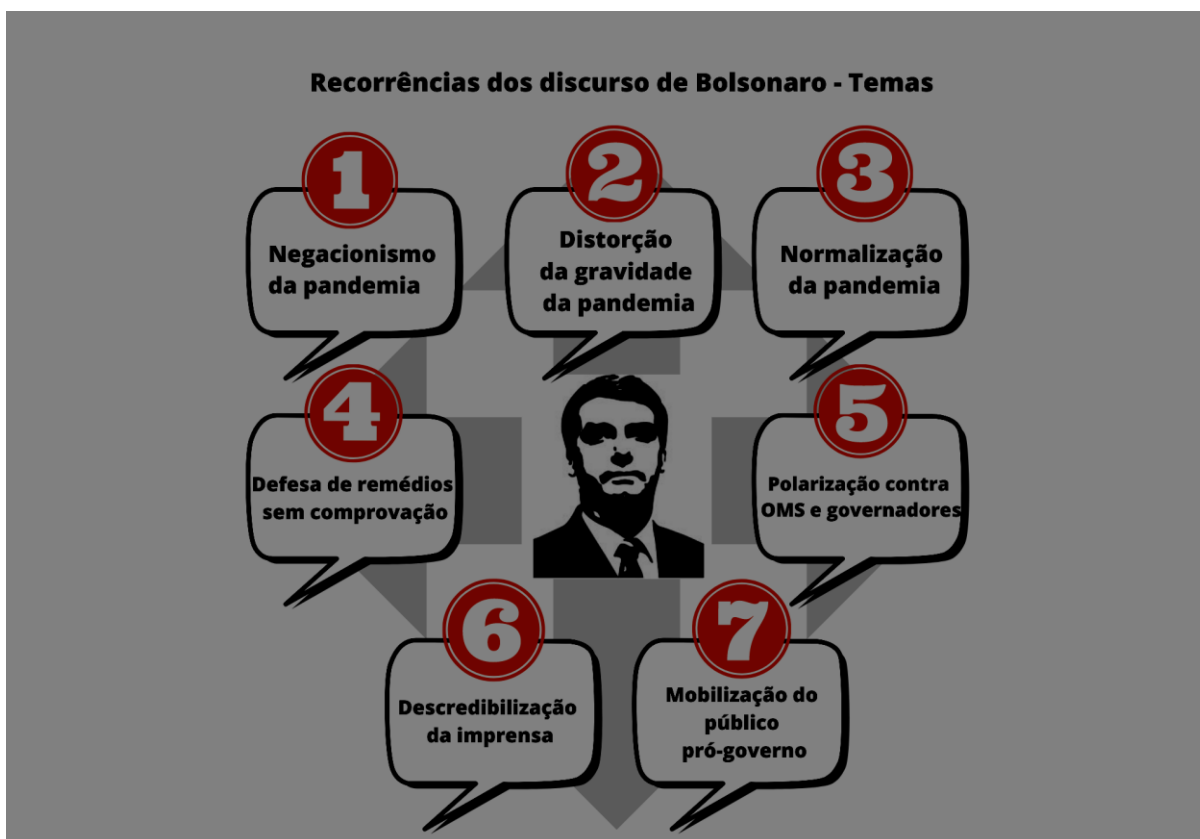
Nos utilizamos destes apontamentos como norteadores a fim de metodologicamente estabelecer linhas temáticas do discurso, ao olharmos o conteúdo propriamente dito das falas e postagens, definindo, assim, a categorização por recorrências.

Nessa fase, o corpus estabelecido deverá ser estudado mais profundamente, com o objetivo de estabelecer as unidades de registro e unidades de contexto que é a menor parte do conteúdo, cuja ocorrência é registrada de acordo com as categorias levantadas (FRANCO, 2008, p. 41). Os registros, de acordo com Franco (2008), podem ser de distintos tipos que podem estar inter-relacionados: a palavra, o tema, o personagem, o item. Escolhemos o tema como nossa “unidade de registro” por ser uma afirmação sobre determinado assunto que envolve “não apenas componentes racionais, mas também ideológicos, afetivos e emocionais. Segundo Bardin, o tema “é a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura” (1977, p. 105).

Neste processo definimos sete temas presentes nas declarações do corpus. Essa definição partiu da observação crítica e categorização temática dos 16 discursos previamente analisados. Depois disso, estabelecemos a unidade de contexto, apontada por Franco (2008) como o “pano de fundo” que fornece significado às unidades de análise. Neste caso observamos a intencionalidade dos agentes, procurando, em alguns casos, indícios que reforcem as teses apresentadas tanto em fatos no passado, quanto no futuro próximo aos eventos.

Retornamos aos dados, agora buscando as recorrências, Chegamos a um total de sete categorias temáticas, cujos enunciados ou discursos trazem características comuns a partir de seus lugares, carregadas de valores e significados, conforme veremos resumidamente na Figura 37 para efeito de melhor compreensão visual.

Figura 37 – Recorrências no discurso de Bolsonaro



Fonte: Autor (2021).

Desta forma assim definimos e especificamos o que venham a ser as unidades de registro (temas) e de contexto (pano de fundo) respectivamente: 1) Negacionismo da Pandemia (discurso que tentou negar a existência da doença e da pandemia); 2) Distorção da Gravidade da Pandemia (discurso que não negou, mas tentou diminuir ao máximo a gravidade da pandemia); 3) Normalização da pandemia (discurso que normalizou a situação, transformando a doença em algo do cotidiano sem a necessidade de medidas preventivas); 4) Defesa de remédios sem comprovação (discurso que apresentou solução para Covid-19, defendeu medicação não indicada ou sem eficácia comprovada); 5) Polarização contra OMS e Governadores (discurso de embate contra as medidas de prevenção indicadas pela OMS, adotadas por governadores opositores ou desqualificação dos mesmos); 6) Descredibilização da imprensa (discurso de desqualificação e ataque à imprensa tradicional que se colocava ao lado das medidas preventivas) e 7) Mobilização do público pró-governo (discurso de mobilização de defensores do Governo Bolsonaro tanto nas redes sociais como nas ruas).

Bardin (1977) considera que as categorias precisam ser mutuamente excludentes, logo uma declaração não pode ser classificada em mais de uma categoria, mesmo quando houver mais de um tema ou aspecto abordado no conteúdo analisado. Desta forma, em respeito à metodologia escolhida que preza pela confiabilidade e exclusividade, faremos a categorização e adicionalmente observações pertinentes apontando a qual categoria poderiam também ser classificada.

Diante do que foi categorizado e analisado é possível afirmar, conforme o quadro 4, que entre as temáticas presentes no discurso de Bolsonaro, a que mais apresentou recorrência foi a Normalização da pandemia, com cinco conteúdos; o tema Polarização contra OMS e Governadores esteve presente em três conteúdos analisados; com duas recorrências em cada identificamos Distorção da gravidade da pandemia, Mobilização do público pró-governo e Defesa de remédios sem comprovação; enquanto que nos temas Negacionismo da pandemia e Descredibilização da imprensa, identificamos um conteúdo correspondente em cada categoria.

Quadro 4 – Recorrências no discurso analisado

Temáticas	Recorrências
Normalização da pandemia	5
Polarização contra OMS e Governadores	3
Distorção da gravidade da pandemia	2
Mobilização do público pró-governo	2
Defesa de remédios sem comprovação	2
Negacionismo da pandemia	1
Descredibilização da imprensa	1
Total	6

Fonte: Do autor (2021).

Adiante aplicamos a categorização a cada uma das declarações, falas e publicações analisadas, seguindo a linha do tempo, justificando o critério utilizado para tal classificação e dialogando com outras falas categorizadas na mesma temática.

Sobre a declaração “Convocação de manifestações pró-governo”, identificamos que a fala pode ser categorizada dentro do tema Mobilização do público pró-governo. Entendemos que a fala do Presidente age em defesa de suas ações, provocando a adesão do público, como já havia ocorrido em outras ocasiões antes da pandemia.

Bolsonaro fez afirmações contraditórias em dois momentos distintos. No primeiro negou que tenha feito a convocação que provocou aglomerações: “Eu não convoquei ninguém pra esse evento, não convoquei ninguém em momento nenhum, como a imprensa está falando agora”; mas em outro momento anterior ele disse: “É um movimento espontâneo, e o político que tem medo de movimento de rua não serve para ser político”.

Dentro da perspectiva de combater a narrativa jornalística a fala de Bolsonaro imprimiria outro tema no mesmo discurso, de Descrédibilização da imprensa, mas a intenção inicial era o da convocação e o secundário desdizer a sua própria afirmação diante do questionamento dos jornalistas, por isso optamos pela categoria temática de mobilização do público pró-governo que nos parece uma entre várias tentativas de mobilizar a opinião pública e seus seguidores para defender e alicerçar medidas contrárias às recomendações da OMS e da ciência.

Sobre os ataques direcionados à imprensa é importante dizer que fazem parte de uma estratégia de comunicação corriqueira que está sempre atrelada a algum momento no discurso, seja para desviar o foco do objetivo principal da mensagem, da intencionalidade por trás do ataque. Esses ataques à imprensa se tornaram recorrentes. Em 2019, quase dez ataques por mês foram desferidos pelo presidente Jair Bolsonaro a profissionais jornalistas, aos veículos de comunicação e à imprensa em geral, em seu primeiro ano à frente do Governo Federal. O monitoramento¹²¹ foi sendo feito pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), que apontou um total de 116 declarações contra a imprensa em 2019. Foram 11 ataques a jornalistas, e 105 tentativas de descrédibilização da imprensa.

Em relação à declaração “Covid é muita fantasia”, o presidente também coloca na conta da imprensa a culpa pelo clima temerário que estava sendo divulgado e tinha, naquela altura, consequências na economia. Apesar do ataque, o que Bolsonaro quis evidenciar objetivamente é a inexistência da pandemia. O

¹²¹ Disponível em <https://fenaj.org.br/ano-se-encerra-com-116-ataques-de-bolsonaro-a-imprensa/>, acessado em 02 de junho de 2020.

presidente negou que existisse crise econômica internacional e insinuou que havia alarmismo na cobertura de imprensa sobre a desaceleração de mercados diante da epidemia; minimizava, portanto, a gravidade do fato. afirmou: “Obviamente temos no momento uma crise, uma pequena crise. No meu entender, muito mais fantasia, a questão do coronavírus, que não é isso tudo que a grande mídia propala ou propaga pelo mundo todo”.

Sobre esta postura, classificamos este discurso sob o ponto de vista da categoria Negacionista da gravidade da Covid, tendo em vista que a A OMS já havia declarado que o surto era de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional e, portanto, já havia um forte alerta global para a potencial disseminação da doença em outros territórios. No site da OPAS (2020), o Theodoros Adhamon declarou¹²²:

O principal motivo dessa declaração não diz respeito ao que está acontecendo na China, mas o que está acontecendo em outros países. Nossa maior preocupação é o potencial do vírus para se espalhar por países com sistemas de saúde mais fracos e mal preparados para lidar com ele.

No episódio “vídeo do humorista Carioca” Bolsonaro desfilou junto com o humorista Carioca fantasiado de presidente e, este, distribuiu bananas à imprensa. Nenhum discurso foi realizado neste dia pelo presidente que se negou a falar com os jornalistas durante a tradicional entrevista coletiva diária que concedia. No lugar disso, tornou espetáculo a cena satírica proporcionada com a mensagem clara de Descredibilização da imprensa e, por isso, podemos enquadrar na respectiva categoria.

O ato de dar bananas aos jornalistas é uma afronta ao papel importante que a imprensa tem no contexto democrático. Divergências podem ocorrer, como se espera, mas quando há o desrespeito e uma tentativa de descredibilizar o jornalismo pelo simples fato deste não reproduzir e levar adiante a opinião de Bolsonaro contrária às recomendações científicas, existe aí uma grave intenção de gerar instabilidade social – típica da pós-verdade como vimos nos apontamentos de Wicholski (2017).

¹²² Disponível em

https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6100:oms-declara-emergencia-de-saude-publica-de-importancia-internacional-em-relacao-a-novo-coronavirus&Itemid=812, acessado em 02 de junho de 2020.

Na declaração sobre “Comparativo com H1N1”, analisamos o discurso do presidente: “No passado – 2009, 2010 -, tivemos uma crise semelhante, outro problema [de saúde] aqui no mundo. (...) E a reação não foi nem sequer perto dessa que está acontecendo hoje em dia aqui no mundo todo”. Ao contrário do que afirma Bolsonaro, as crises não foram semelhantes e a reação mundial é justificada pela gravidade da pandemia da Covid-19. É de domínio público que em 2009 já existia um medicamento comprovado no combate à gripe suína, o Tamiflu e a disseminação e a mortalidade eram menores.

A declaração é categorizada na temática da *Distorção da gravidade da pandemia*, porque ao contrário da fala anterior em que ele enquadrava o surto global como fantasioso e negava a sua existência, neste caso, Bolsonaro admite a gravidade, mas a minimiza com uma comparação errada com os efeitos de outra pandemia recente. Induz ao erro, portanto, para diminuir a gravidade que realmente oferece. Desta última declaração para a anterior, observamos uma graduação no tom que passa da negação para a minimização em poucos dias.

Na fala “Covid é só gripezinha”, como discurso de um chefe de estado, este tende a produzir uma despreocupação coletiva e uma desatenção aos cuidados preventivos apontados pela OMS naquele momento, uma vez que ele estimula o comportamento descuidado. O Presidente afirmou: ““Depois da facada, não vai ser gripezinha que vai me derrubar, não, talkey? Se o médico ou o Ministério da Saúde recomendar um novo exame, eu farei. Caso contrário me comportarei como qualquer um de vocês aqui presente”. Portanto, ele desconsidera também que sua própria comitiva acabou contraindo a doença, apresentando um surto descontrolado entre os integrantes. Negou que pudesse ter sido positivado, conforme declaração adversa dada pelo filho Eduardo.

Por estes critérios vamos enquadrar na categoria de *Distorção da gravidade da pandemia* que também remete a uma conseqüente diminuição dos cuidados defendidos pelos órgãos internacionais naquele momento, e, por isso, constatamos uma recorrência marcantes de seus discurso. Neste cenário, Bolsonaro já não nega mais a pandemia, mas tende a diminuir e distorcer, desta forma, a sua gravidade – mesmo que acometa os mais próximos e ameace a sua própria saúde.

O vídeo do Dr. Drauzio Varella está na categoria *Normalização da pandemia*, apresentando evolução no discurso original que era de negação e depois passou a ser de *distorção da gravidade*. Com a apresentação deste vídeo, utilizando a fala de

um médico conhecido do público, o discurso governista sofreu nova modulação. Agora a pandemia é normal e ninguém deveria alterar sua rotina por conta dela. Se até o especialista da TV Globo com quem o governo travara embates afirmou, então era de fato normal conviver com a doença de forma descuidada, sem precisar adotar o isolamento social. Esta intencionalidade de defender a volta das atividades ao estado de normalidade é evidenciada no próximo discurso analisado.

Em “Volta à normalidade”, a desinformação segue a categoria temática de Normalização da Covid, apresentando recorrência. Bolsonaro afirmou em discurso: “O vírus chegou, está sendo enfrentado por nós e brevemente passará. Nossa vida tem que continuar. Os empregos devem ser mantidos. O sustento das famílias deve ser preservado. Devemos sim voltar à normalidade”. É fato que ao longo da crise do COVID-19, o Presidente Jair Bolsonaro sempre defendeu a flexibilização das medidas em detrimento da questão econômica, dos empregos que seriam perdidos. Esse embate de ideias esteve presente a cada gesto, a cada entrevista à imprensa, a cada discurso e ato em que o Presidente participou.

Essa fala gerou repercussão interna e externa negativas. No Brasil, muitas autoridades – incluindo os Presidentes do Senado, da Câmara Federal, da Ordem dos Advogados do Brasil e alguns Ministros do Supremo Tribunal Federal -criticaram a postura do chefe da nação e declararam apoio ao Ministério da Saúde que, aquela altura dos acontecimentos, estava em favor das medidas de OMS.

Além disso, o Presidente seguiu a agenda contra os jornalistas:

“Grande parte dos meios de comunicação foram na contramão. Espalharam exatamente a sensação de pavor, tendo como carro-chefe o anúncio do grande número de vítimas na Itália. Um país com grande número de idosos e com o clima totalmente diferente do nosso. O cenário perfeito, potencializado pela mídia, para que uma verdadeira histeria se espalhasse pelo nosso país”

Portanto, poderíamos novamente categorizar a fala como *Descrédibilização da imprensa*, mas como esta nos parece sempre acompanhar o conteúdo desinformativo, optamos pela categoria que mais se aproxima do objetivo principal do conteúdo analisado que é o de normalizar a pandemia. Ao tentar imprimir um discurso de normalização da situação, Jair Bolsonaro tenta secundariamente culpar a todo momento a imprensa por causar essa sensação o público de que a crise é real.

Também observamos uma evidente preocupação com a economia em detrimento da saúde da população que demonstrou ser constante. Isso ocorre quando o presidente e seus aliados governistas defendem a normalização da situação, como se houvesse, nas sombras, um agente econômico causando influência na escolha de prioridades do governo entre saúde e economia. A própria insistência em medicações sem eficácia, com veremos, corrobora para a o discurso de que a doença podia ser normalmente combatida com resultados benéficos à população, o que mostrou ser um argumento equivocado e uma desinformação.

Em “Cloroquina é eficaz”, o discurso faz parte da categoria Defesa de remédios sem comprovação, pois – como veremos – há uma tendência constante do governo em defender e vender a ideia de soluções para a doença que, cientificamente, não tem comprovação. Ele afirmou no Twitter que a Cloroquina “têm se mostrado eficaz nos pacientes ora em tratamento”. “Nos próximos dias, tais resultados poderão ser apresentados ao público, trazendo o necessário ambiente de tranquilidade e serenidade ao Brasil e ao mundo”.

Entretanto, o discurso de Bolsonaro, preconizando o uso dos medicamentos “Cloroquina e Hidroxicloroquina¹²³” não testados e aprovados pelos órgãos de saúde reconhecidos como “cura”, colidiram com as posições do seu próprio Ministério da Saúde (Luis Henrique Mandetta), na linha de frente do combate ao Coronavírus desde o começo da crise no cenário brasileiro, gerando um discurso contraditório que colocou em cheque a unidade do Governo, a autoridade do Presidente e, mais do que isso, a segurança da população.

Conectado à defesa da Cloroquina e ao embate interno com o Ministro, em 31 de março, houve mais um ataque aos jornalistas que acompanhavam a fala de Bolsonaro em frente ao Palácio da Alvorada. Os profissionais deixaram o local após o presidente estimular seus apoiadores a hostilizarem a imprensa. Os repórteres questionavam Bolsonaro sobre as posturas divergentes entre o presidente e seu então ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta que era contra a indicação da Cloroquina. Neste episódio um apoiador gritou que a imprensa “colocava o povo contra o presidente”. Bolsonaro incentivou o homem a continuar. “É ele que vai falar, não é vocês (jornalistas), não”, disse.

¹²³ A hidroxicloroquina é um medicamento utilizado no Brasil desde os anos 1950. É indicada para o tratamento de várias doenças, como artrite reumatóide, lúpus e malária.

Em 16 de abril de 2020 o Ministro Mandetta perdeu a queda de braço política, acabou exonerado e substituído por Nelson Teich que, em pronunciamento à TV no mesmo dia, ao lado de Bolsonaro, afirmou: “(...) existe um alinhamento completo aqui entre mim, o presidente e todo o grupo do ministério. Realmente o que a gente está fazendo aqui hoje é trabalhar para que a sociedade retome de forma cada vez mais rápida uma vida normal e a gente trabalha pelo país e pela sociedade”¹²⁴. Com Teich, os kits de Cloroquina, antibióticos e medicação contra verminoses, passaram a ser indicados pelo Ministério da Saúde para combate a Covid-19.

Em “covid é resfriadinho e histórico de atleta”, classificamos as declarações na categoria de Normalização da pandemia, uma vez que Bolsonaro defende como correta a afirmação de que nada aconteceria com quem tivesse um histórico de atleta, mesmo que no passado distante – ignorando a maior suscetibilidade do grupo de risco dos idosos em contrair a doença em um grau mais acentuado. O presidente afirmou: “No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus, não precisaria me preocupar. Nada sentiria ou seria, quando muito acometido de uma gripezinha ou resfriadinho”.

Aliás, com o passar dos meses ficou comprovada que a mortalidade entre os idosos acima dos 60 anos é maior do que em jovens, por exemplo, apesar da doença acometer todas as faixas etárias. E longe de ser um resfriado, com quem as pessoas normalmente convivem, a Covid-19 se mostrou letal. As falas, de forma recorrente apresentam uma tentativa de normalizar a pandemia.

Em “Vão morrer alguns”, de forma recorrente, o discurso encontra-se na categoria temática Normalização da pandemia. Bolsonaro afirmou: “Alguns vão morrer? Vão, ué, lamento. Essa é a vida”. O Presidente reduziu a ameaça global à morte de “alguns”, quando a pandemia já matava milhares de pessoas pelo mundo naquele momento. Quando o presidente, que é responsável pelas ações de enfrentamento da pandemia no território nacional, lamenta e atribui as mortes a causa natural da vida, está se eximindo da responsabilidade de adotar medidas que evitem a perda de pessoas e adicionando o elemento da naturalização. Então, se vão ocorrer, com afirma, não seria necessário fazer algo para evitar as mortes ao

¹²⁴ Conforme reportagem do site G1, disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/16/novo-ministro-da-saude-diz-que-nao-havera-definicao-brusca-sobre-isolamento-social.ghtml>, acessada em 16 de abril de 2020.

invés de apenas lamentar? Evidentemente essa fala revela muito do posicionamento negligente adotado pelo governo.

Sobre a Campanha “Brasil Não pode Parar nos referimos à campanha institucional e todo o discurso do Presidente e a categorizamos na Mobilização do público pró-governo. Tendo em vista que a *hashtag* de mesmo nome e a própria campanha foram adotadas pelos defensores do governo, contra as medidas de distanciamento social e em favor de uma retomada das atividades econômicas, vamos analisa-las conjuntamente como um conteúdo.

A volta da normalidade é a mensagem principal, mas há também ataques aos opositores que Bolsonaro afirma estarem fazendo “demagogia” e “politicagem”. Como já vimos em análises anteriores, quem se coloca contrário ao que pensa o Governo é descredibilizado, como a imprensa e a OMS. Portanto, a campanha “O Brasil Não Pode Parar” e as postagens de Bolsonaro são também uma resposta aos que defendem o isolamento, portanto, poderíamos também categorizá-la na Polarização contra a OMS e os governadores, mas a mensagem principal é a de mobilização do público, enquanto que a polarização é apenas uma consequência.

Em “Remédio contra a Covid”, os vídeos de Bolsonaro dão uma falsa sensação de segurança à situação vivida pelo Brasil e demonstra comportamentos nocivos no momento de pandemia promovendo aglomerações, circulando sem proteção e principalmente divulgando remédios como falsa solução. Ele afirmou que “o país fica imune quando 60, 70% foram infectados” e que um remédio contra o Coronavírus “já é uma realidade”. Novamente aqui categorizamos o tema do discurso de Normalização da pandemia, pois esta é a mensagem principal que apresenta dentro de um contexto a narrativa do remédio eficiente. A existência e uso desses remédios sem comprovação se constitui apenas como um dos elementos desta normalidade em que, a exemplo de seus atos (aglomeração, não uso de máscara, etc), o brasileiro deveria incorporar em plena pandemia.

Ao analisar “Governadores inflam números”, fica evidente o acirramento do discurso do presidente contra os governadores que adotaram medidas de distanciamento das quais ele discordava radicalmente. Bolsonaro afirmou: “Parece que há interesse por parte de alguns governadores de inflar o número de vitimados do vírus. Daria mais respaldo para eles, para justificar as medidas que eles tomaram”.

Sem apresentar quais números seriam esses (de mortes, contaminados, etc), o presidente não se importa em sustentar sua argumentação sem provas, pois não apresenta nenhum detalhamento do que afirma, nem a fonte ou as fontes de tal afirmação. Ao contrário disso, cita um caso de um borracheiro que teria morrido em um acidente e cujo atestado de óbito conferia a causa à Covid-19. Sem qualquer certeza sobre o que diz, ele logo afirma que se trata de boato sem checagem, quando afirma “Vamos conferir se procede”. Nos parece que esta instabilidade gerada por falsa acusação é, de fato, motivada contra as medidas que “eles (os governadores) tomaram”. Como se fossem adversários em uma eleição, os políticos que seguiram as normas da OMS foram alvo deste tipo de acusação pelo presidente da república, gerando uma polarização, ao invés de uma união em torno de uma causa nacional comum que seria o combate à pandemia. Por este motivo, “Governadores inflam números” está na categoria. Polarização contra a OMS e Governadores.

Em “Curado por Cloroquina”, Flávio Bolsonaro, filho do presidente, compartilha fake news que defende a eficácia do remédio com argumentos falsos e desconectados em uma publicação com “trucagem”. Uma recorrente tentativa de respaldo da defesa do pai ao kit de remédios contra a Covid-19, sem comprovação científica, que foi indicado pelo governo no tratamento da doença. Por este critério, o conteúdo desinformativo recorrente está na categoria temática Defesa de remédios sem comprovação.

Sobre “Políticas dos Países Baixos”, o deputado federal e ex-ministro da Cidadania de Bolsonaro, Osmar Terra, distorce números da Holanda para defender que o isolamento social não é necessário e que não fazê-lo gera resultados positivos que são apresentados como a queda de infecção e mortes. Como vimos, ao analisar a sua tipologia, se trata de uma fake news que tem o objetivo de alicerçar a defesa do posicionamento de Bolsonaro. Não tem o sentido de agir diretamente na mobilização do público pró-governo, mas de diretamente dizer a este público que a situação no Brasil também pode ser normalizada se deixarmos de adotar lockdown e medidas de isolamento, pois estas, como na Holanda, seriam desnecessárias. Por estas evidências categorizamos o conteúdo discursivo no tema Normalização da pandemia.

Em “OMS é contra o isolamento”, Bolsonaro recorta (no Twitter) um trecho em vídeo de uma fala de Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da OMS, e

acrescenta a legenda: "Algo mudou na OMS? Agora se preocupam com os informais? Jair Bolsonaro sempre esteve certo?" De forma descontextualizada, como apurou o Projeto Comprova, a postagem desinformativa do presidente novamente ataca a OMS da qual o mandatário brasileiro sempre discordou. Tenta conferir à OMS uma defesa que sempre foi sua, para mostrar ao público que, a final, seu adversário agora concordaria com o que vinha sendo defendido pelo governo federal brasileiro. Desta forma "OMS é contra o isolamento" encontra-se na categoria Polarização contra a OMS e Governadores, cujo pano de fundo, é de fato desconstruir a fala de quem é a favor das medidas de isolamento.

Um exemplo disso é a publicação do dia 04 de maio de 2020 (após o nosso período de recorte) em que Bolsonaro, em sua conta no Twitter, compartilha a informação de que a Organização Mundial de Saúde, em uma publicação sobre educação sexual de crianças e adolescentes, incentiva a masturbação na primeira infância. Mas conforme apuração do Fato ou Fake¹²⁵, do G1, trata-se de *fake news*, com argumentos novamente fora de contexto que dão outro sentido, adverso à intenção original da fala.

Ao analisarmos "Desabastecimento na Ceasa/MG", nos deparamos novamente com Polarização contra a OMS e Governadores. Com o vídeo de pano de fundo, Bolsonaro afirmou em sua conta particular na plataforma do Twitter: "Não é um desentendimento entre o presidente e alguns governadores e alguns prefeitos. São fatos e realidades que devem ser mostradas. Depois da destruição não interessa mostrar culpados".

No vídeo do qual se trata as afirmações, um homem não identificado aparece relatando e mostrando a falta de alimentos na Ceasa de Belo Horizonte, com um galpão com pouco movimento ao fundo e dizendo "Isso aqui se chama desabastecimento. Fome também mata, desespero e caos matam". Nas imagens, este homem ainda reclamava da situação: "Não vamos esquecer não, tá. A culpa disso aqui é dos governadores porque o presidente da República está brigando incessantemente para ter uma paralisação responsável", dizia o autor do vídeo disseminado na conta do Presidente Jair Bolsonaro e depois apagado pelo mesmo quando órgãos de imprensa apontaram, se tratar de *fake news*.

¹²⁵Disponível em <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/05/04/e-fake-que-oms-incentive-masturbacao-infantil-em-diretriz-sobre-educacao-sexual.ghtml>, acessado em 23 de junho de 2020.

Portanto, as bases do discurso de polarização de Bolsonaro contra a OMS e contra as medidas de isolamento social, obedeceu a uma graduação ao longo dos dias. O tom do discurso que circulou tanto na mídia tradicional, quanto nas publicações nas redes sociais digitais subiu à medida que os casos aumentavam mundialmente e a OMS endurecia as indicações quanto às medidas preventivas. Transitou linearmente entre a negação, a distorção e a normalização da pandemia.

Esta observação revelada quando analisamos as recorrências em relação ao conteúdo (Bardin, 1977), por meio do tema, obedeceu fielmente a uma escalada ao longo na linha do tempo das declarações que foram nosso objeto empírico. Começou sobretudo negacionista como outros governantes pelo globo, depois passou a distorcer e a minimizar os efeitos da pandemia, acusando a imprensa de alarde e em seguida adotou o discurso de normalização da pandemia como algo com a qual todos deveriam conviver sob pena de, ao serem adotadas medidas como o *lockdown*, causar colapso na economia ou gerar demissões em massa. Foi o caso da campanha publicitária “O Brasil Não pode Parar”, por exemplo. Esta situação é identificável, analisável ao longo do tempo e, portanto, factual nos limites temporais pré-estabelecidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre a circulação das fake news o que se observa preliminarmente é que a produção e recepção de *fake news* do governo, não sendo instâncias separadas conforme defende Braga (2012), seguem circulando e produzindo sentido em fluxo adiante, desencadeando uma repercussão em outros espaços ou outros momentos de circulação como o observado nos posts envoltos na hashtag *bolsonaroday*, na plataforma do Twitter. A própria *fake news* se resignifica sob o tom da crítica dos internautas ou atores individuais, como afirma Verón (1997).

Sob o ponto de vista de Gomes (2017), podemos afirmar que o ambiente de incerteza, polarização e instabilidade criada pelas *fake news* estaria refletido nas plataformas onde as inter-relações e conexões são potencializadas pela tecnologia digital. Segundo Wicholski (2017), como efeito desta ambiência instável em que há desinformação, os atores sociais acabam condicionados a uma nova experiência sejam eles os próprios políticos ou os usuários das plataformas que se posicionam diante do sentido produzido pelos agentes políticos, de modo a acolher estes significados e a produzir sentidos a partir disso, como observamos no caso da *hashtag*.

Ao adentrarmos no mérito das *fake news* é possível identificar, a partir do recorte apresentado que os atores produzem, muitas vezes, informações desconexas, sem especificações, conforme aponta Chaia (2013). Esta é uma característica da estratégia comunicacional propositalmente elaborada pelas fontes na tentativa de confundir e descredibilizar a imprensa e os inimigos políticos como vimos nas eleições presidenciais dos EUA vencidas por Donald Trump.

Nos parece claramente que, esta é a tentativa também do Governo do Bolsonaro que, desde o começo segue uma lógica de sucessivas crises, de contraposição à ciência e polarização. Na pandemia, o Governo se opôs às recomendações científicas da OMS e aos governos estaduais que adotaram estas orientações, ao passo que defendeu medidas sem comprovação como o uso da hidroxicloroquina como uma espécie de salvação para a população, gerando instabilidade e insegurança sanitária.

O chefe do executivo brasileiro circulou livremente junto ao público, entrou em contato com pessoas diante das câmeras de TV e propagou *fake news* tanto nas

declarações, quanto nas postagens em redes sociais digitais, em defesa do pensamento da flexibilização do isolamento e abertura do comércio. Criou atrito político com adversários, como já vinha ocorrendo nas crises sócio-políticas geradas desde o começo de seu mandato presidencial.

Como vimos na análise da tipologia, a estratégia comunicacional do Governo foi a de usar desinformação durante os dois primeiros meses da pandemia, sob a forma de conteúdo fabricado, conteúdo enganoso, falsa conexão, falso contexto, conteúdo manipulado e sátira ou paródia, como constatamos ao nos debruçarmos sobre as 16 publicações do corpus. Sobretudo prevaleceu um discurso totalmente enganoso ou enganoso e ao mesmo tempo manipulado, observado em seis das 16 declarações analisadas. Na análise da categorização de Bardin (1977), observamos a graduação deste conteúdo desinformativo que começou negacionista da crise e por fim normalizando a situação numa evidente tentativa de diminuir a importância de seus efeitos na saúde para aplacar um discurso de defesa da economia com a volta das atividades.

Não obstante a polarização do discurso com órgãos de saúde e governos estaduais, defensores das medidas de isolamento, os ataques do presidente Bolsonaro à imprensa esteve presente durante a crise do Covid-19 sob a forma de um discurso agressivo e por vezes satírico. Desta forma, nosso estudo reafirma o que já ocorria antes da pandemia: a imprensa foi alvo de descredibilização de Bolsonaro, embora este não tenha sido nosso foco de pesquisa. Mesmo assim, os jornalistas, em esforço coordenado, tiveram papel fundamental de combate à desinformação por meio do *fact-checking*. As plataformas também contribuíram com mecanismos de checagem e identificação de conteúdo desinformativo nas postagens ou exclusão das mesmas, como vimos em algumas de Bolsonaro. Estas checagens da imprensa tem uma importância vital não só para desmentir as falsas informações que circulam pelas plataformas de uma maneira geral, como também para a preservação da democracia, uma vez que combatem a manipulação e a subversão dos fatos pelos atores políticos.

Evidentemente, é impossível dissociar estas ações ao fenômeno da pós-verdade em que a desinformação, segundo Wicholski (2017), é característica adotada por esses atores políticos que se aproveitam do contexto em que tudo se relativiza para disseminar *fake news*. Neste sentido, o discurso bolsonarista durante à pandemia atende a um objetivo fundamental ou primordial, que é o de desinformar.

E esta percepção se refletiu diretamente na reação dos usuários do Twitter no #bolsonaroday, apesar de que, para o grande público, a intencionalidade ainda parece envolta em uma espécie de caixa-preta.

O termo infodemia, empregado pela OMS, denota bem esta fase sombria em que a relativização da verdade tem consequências não só na produção de sentido discursivo, mas atenta, de fato, contra a saúde da população. As *fake news* de Bolsonaro caracterizam este momento no cenário brasileiro, ao passo que o presidente e seus aliados são mais do que personagens, mais do que agentes, são símbolos vivos da pós-verdade e da infodemia.

Esperamos que mais pesquisas científicas no campo da comunicação, neste sentido, sejam elaboradas e aprofundadas e que paralelamente, os poderes constituídos apurem a conexão destas *fake news* a estratégias adotadas desde à última eleição presidencial brasileira, em 2018, que prejudicam a democracia, seja por força de comissões parlamentares como a CPMI das Fake News, seja em outras instâncias mais recentes como a recém instaurada CPI da Pandemia.

Por fim, a conclusão sobre o problema público instaurado segue em aberto e há uma constante movimentação de temporalidades, modificando passado, presente e futuro, dando a ver significações e confirmando o poder de revelação da circulação de sentido das *fake news* do Governo Bolsonaro num âmbito mais geral. Esse momento no contexto histórico presente e que aciona outros contextos de sentidos, é semelhante a um caleidoscópio que não só desafia as regras como também abre possibilidades de reinterpretação do passado e de novos futuros. Não por menos, a circulação em fluxo contínuo ao mesmo tempo em que fecha episódios comunicacionais também abre novos episódios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFONSO, Nathalia. É antigo vídeo de Drauzio Varella minimizando isolamento contra novo coronavírus. **Piauí**, Rio de Janeiro, 22 de março de 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/22/drauzio-salles-coronavirus/>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

ANTIESTABLISHMENT – SIGNIFICADO. **Infopedia**. Disponível em: <<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa-aa0/anti-establishment>>. Acesso em: 06 de junho de 2020.

AMAZEEN, Michelle. Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. **Critical Review: A Journal of Politics and Society**, DOI 10.1080/08913811.2014.993890. Pub. em 19/01/2015.

ANDRADE, Hanrrikison de. Bolsonaro elogia OMS sobre luta contra fome, mas não fala sobre isolamento. **UOL**, Brasília, 31 de março de 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/31/bolsonaro-elogia-oms-sobre-luta-contra-fome-mas-nao-fala-sobre-isolamento.htm>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

ANDRADE, Hanrrikison de. Bolsonaro mostra remédio feito com hidroxicloroquina em reunião do G20. **UOL**, 26 de março de 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2020/03/26/bolsonaro-mostra-remedio-feito-com-hidroxicloroquina-em-reuniao-do-g20.htm>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Ano se encerra com 116 ataques de Bolsonaro à imprensa. **FENAJ**, 02 de janeiro de 2020. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/ano-se-encerra-com-116-ataques-de-bolsonaro-a-imprensa/>>. Acesso em: 02 de junho de 2020.

APÓS ALERTA DE TEICH, BOLSONARO DEFENDE CLOROQUINA. **GloboNews**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/jornal-globo-news/videos/t/videos/v/apos-alerta-de-teich-bolsonaro-defende-cloroquina/8550397/>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

As 100 marcas mais valiosas do mundo em 2019. Reportagem da **Revista Forbes**, maio de 2019. Disponível em: <<https://forbes.uol.com.br/listas/2019/05/as-100-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2019/>>. Acesso em: 10 de julho de 2020.

ATAQUE À IMPRENSA MOSTRA DISPOSIÇÃO AUTORITÁRIA E ANTIDEMOCRÁTICA DE BOLSONARO. **Folha de São Paulo**, 05 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/ataque-a-imprensa-mostra-disposicao-autoritaria-e-antidemocratica-de-bolsonaro-dizem-estudiosos.shtml>>. Acesso em: 02 de julho de 2020.

BARBOSA, Hélio Augusto de Lima. O direito à verdade em tempos de pós-verdade. **Revista internacional de direito constitucional**, São Paulo, v. 1, p. 1-8, 2017, disponível em: Acesso em :14/10/18.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAROJAN, Donara. Noções Básicas sobre bots, botnets e trolls. **Rede de Jornalistas Internacionais**, 2018. disponível em <https://ijnet.org/pt-br/story/no%C3%A7%C3%B5es-b%C3%A1sicas-sobre-bots-botnets-e-trolls>.

BAVA, Sílvio Caccia. Milícias Digitais do Capitão. **Le Monde Diplomatique**, Brasil, 29 de abril de 2020. Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/as-milicias-digitais-do-capitao/?fbclid=IwAR0CtX663j7aODMbCzLkXkDJxgpJPWOVVn2wYiTWmwaaLPNQzEXED0yUg1Q>>. Acesso em: 03 de maio de 2020.

BEHNKE, Emilly. Bolsonaro critica governadores antes de reunião. **Terra**, 21 de maio de 2020. Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/coronavirus/bolsonaro-critica-governadores-antes-de-reuniao,ce0eb237c5f85906244b4dabcf1ca2cfd73llru0.html>, acessado em 09 de junho de 2020.

BENNETT, Lance. The personalization of politics: political identity, social media and changing patterns of participation. **The ANNALS** of the American Academy of Political and Social Science, v. 644, n. 1, p. 20-39, 2012.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks**: how social production transforms markets and freedom. New Haven: Yale University Press, 2006.

BERLO, D. K. **O Processo da Comunicação** – Introdução à Teoria de Prática. Martins Fontes, 1960.

BITES. **Sistema analítico**. Disponível em: <<https://bites.com.br/>>. Acesso em: 02 de junho de 2020.

Bolsonaro Critica Governadores. **Folha de São Paulo**, 12 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/05/bolsonaro-critica-governadores-e-diz-que-desrespeito-a-decreto-de-atividades-essenciais-aflora-autoritarismo.shtml>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Bolsonaro distorce fala do chefe da OMS para atacar isolamento social. **DW**, 31 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-distorce-fala-do-chefe-da-oms-para-atacar-isolamento-social/a-52974440>>. Acesso em: 22 de junho de 2020.

Bolsonaro Mente ao Dizer que Não Chamou Covid-19 De Gripezinha. **UOL**, You Tube, 26 de novembro de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BDkTylOoV18>>. Acesso em: 21 de abril de 2021.

Bolsonaro Posta Vídeo de Médico que Defende Tratamento com Cloroquina. **UOL**, 05 de abril de 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/04/05/bolsonaro-posta-video-de-medico-que-defende-tratamento-com-cloroquina.htm>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Bolsonaro sobre covid-19: "Não vou sentir nada, fui atleta e levei facada". **Folha de São Paulo**, UOL, 30 de março de 2020. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/bolsonaro-sobre-covid-19-nao-vou-sentir-nada-fui-atleta-e-leve-facada/>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Bolsonaro Vai De Rival Da Quarentena A Quarentenado. **Folha de São Paulo**, UOL, 06 de junho de 2020. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/06/bolsonaro-vai-de-rival-da-quarentena-a-quarentenado-isolado-diz-psicanalista-christian-dunker.shtml>>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

Bolsonaro Volta a Defender a cloroquina. **Portal R7**, 23 de maio de 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-volta-a-defender-a-cloroquina-nao-tem-outro-remedio-23052020>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A., JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs). **Mediação & midiaticização [online]**. Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. A prática da pesquisa em comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. **Revista E-Compós**, Brasília, v. 14, n. 1, jan-abr 2011.

BRESCIANI, Eduardo. Filho de Bolsonaro diz que marqueteiro de Trump vai ajudar seu pai. **Revista Época**, 09 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/filho-de-bolsonaro-diz-que-marqueteiro-de-trump-vai-ajudar-seu-pai-22963441>>. Acessada em: 06 de junho de 2020.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

CAMPOS, João Pedroso. Doze vezes em que Bolsonaro e seus filhos exaltaram e acenaram a ditadura. **Revista Veja**, 04 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/doze-vezes-em-que-bolsonaro-e-seus-filhos-exaltaram-e-acenaram-a-ditadura/>>. Acesso em: 22 de abril de 2020

CAMPOS, Jonatas. Fake News do Whatsapp de Bolsonaro pode ser combatida. **Brasil de fato**, 05 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.brasildedefato.com.br/2018/10/05/a-fake-news-do-whatsapp-de-bolsonaro-pode-ser-combatida>>. Acesso em: 07 de junho de 2020.

Casos de Coronavírus no Brasil em 20 de Março. **G1**, 20 de março de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/20/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-20-de-marco.ghtml>>. Acesso em: 03 de junho de 2020.

Casos de Coronavírus no Brasil de 25 de Março. **G1**, 25 de março de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/25/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-25-de-marco.ghtml>>. Acesso em: 04 de junho de 2020.

Casos de Coronavírus no Brasil em 27 de Março. **G1**, 27 de março de 2020.

Disponível em:

<<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/27/casos-de-coronavirus-no-brasil-em-27-de-marco.ghtml>>. Acesso em: 03 de junho de 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CHAIA, Vera. **A guerra da contra-informação**. Disponível em

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/a-guerra-da-contra-informao/>, 2003, acessado em 01 de junho de 2020.

Cheragem da Agência Lupa no Twitter. **Lupa**, Twitter, 17 de março de 2020.

Disponível em: <<https://twitter.com/agencialupa/status/1239993814879744002>>.

Acesso em: 10 de junho de 2020.

CÓDIGO PENAL – Brasília : Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, **Código Penal**, 2017. 138 p. Disponível em:

<https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/529748/codigo_penal_1ed.pdf>. Acesso em 10 de janeiro de 2021.

COELHO, Gabriela. Ministro do TSE determina remoção de vídeos sobre kit gay.

Conjur, 16 de outubro de 2018. Disponível em <<https://www.conjur.com.br/2018-out-16/ministro-tse-determina-remocao-videos-kit-gay>>. Acesso em: 07 de junho de 2020.

COLLETA, Ricardo Della. Bolsonaro endossa notícia falsa para dizer que estados inflam mortes por coronavírus. **Folha de São Paulo**, UOL, 30 de março de 2020.

Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/03/bolsonaro-endossa-noticia-falsa-para-dizer-que-estados-inflam-mortes-por-coronavirus.shtml>>. Acesso em: 01 de agosto de 2021.

Como foi a Segunda Fase do Projeto Comprova. **Comprova**, 18 de dezembro de 2019. Disponível em:

<<https://projetocomprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/segunda-fase-do-projeto-comprova/>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

Computational Propaganda Worldwide Executive Summary. **Oxford**, 19 de junho de 2017. Disponível em: <<https://www.oii.ox.ac.uk/blog/computational-propaganda-worldwide-executive-summary/>>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

Conta de Eduardo Bolsonaro no Twitter. Post: Imprensa mente para destruir o novo Brasil. **Twitter**, 13 de março de 2020. Disponível em:

<<https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1238496058227011585>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

Conta de Felipe Lanhi no Twitter. Post: Caramba mas em quantos prédios do Brasil trabalha esse abençoado porteiro??? **Twitter**, 29 de março de 2020. Disponível em <https://twitter.com/felipelanhi/status/1244126652269019136?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1244126652269019136%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fgauchazh.clicrbs.com.br%2Fcoronavirus>

-servico%2Fnoticia%2F2020%2F03%2Ffake-news-do-borracheiro-e-usada-para-desacreditar-numeros-do-coronavirus-ck8dibh7y02tz01o91mc4j6s4.html>. Acesso em: 01 de agosto de 2021.

Conta de Jair Bolsonaro no Twitter. **Twitter**. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro>>. Acesso em 19 de junho de 2020.

Conta de José Simão no Twitter. Post: Você acaba de receber o bolsonaro atleta da sorte. Repasse para ficar imune ao corona. **Twitter**, 25 de março de 2020. Disponível em: <https://twitter.com/jose_simao/status/1242896982710026240>. Acesso em: 22 de junho de 2020.

COSTA, Rogério da. A Sociedade de Controle. **São Paulo em Perspectiva**, Sao Paulo, v. 17, n.3, 2003.

Covid Verificado – Informações Baseadas em Evidências Científicas. **Rede nacional de combate à desinformação**. Disponível em: <<https://www.covidverificado.com.br/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

DÁNCONA, Matthew. **Pós-verdade**. A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News. Faro Editorial. 2018.

DEGENNE, A.; FORSE M. **Introducing Social Networks**. London: SAGE Publications, 1999.

Diretora da Opas Pede que Ministros da Saúde Reorganizem Serviços para Atender Pacientes com Covid-19 e Salvar Vidas. **OPAS**. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6122:dir-etora-da-opas-pede-que-ministros-da-saude-reorganizem-servicos-para-atender-pacientes-com-covid-19-e-salvar-vidas&Itemid=812>. Acesso em: 01 de junho de 2020.

DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson. O que são, afinal, fake news, enquanto fenômeno da comunicação política? VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (**VIII COMPOLÍTICA**), Universidade de Brasília (UnB), maio de 2019.

DUARTE, Luiza. OMS alerta que hidroxicloroquina não tem eficácia comprovada contra Covid-19. **CNN**, Brasil, 20 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/2020/05/20/oms-alerta-que-hidroxicloroquina-nao-tem-eficacia-comprovada-contr-covid-19>>. Acesso em: 13 de agosto de 2020.

É Fake Vídeo que Mostra Multidão em Frente a Hospital Onde Está Bolsonaro. Fato ou Fake, do **G1**, 28 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/28/e-fake-que-video-mostra-multidao-em-frente-a-hospital-onde-esta-bolsonaro.ghtml>>. Acesso em: 06 de junho de 2020.

Eduardo Mudou Versão Sobre Bolsonaro com Coronavírus, Diz Repórter da Fox. **UOL**, 13 de março de 2020. Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/13/eduardo-mudou-versao-sobre-bolsonaro-com-coronavirus-diz-reporter-da-fox.htm>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

Em Mensagens a Moro, Bolsonaro Cita Investigação Contra Deputados. **CNN**, São Paulo, 24 de abril de 2020. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2020/04/25/em-mensagens-a-moro-bolsonaro-cita-investigacao-contradeputados-diz-tv>>. Acesso em: 26 de abril de 2020.

Em Pronunciamento, Bolsonaro Defende Cloroquina. **Folha de São Paulo**, UOL, 08 de abril de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/em-pronunciamento-bolsonaro-defende-cloroquina-e-volta-a-responsabilizar-governadores-e-prefeitos.shtml>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Entenda a Infodemia e a Desinformação na Luta Contra A Covid-19. **OPAS**, 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=5>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

Entendendo a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19 – Folheto informativo – Mais informações sobre a COVID-19. **OPAS**, 2020. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext)>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

Esporte Segue na Nicarágua Como se Não Houvesse Pandemia do Coronavírus. **AFP**, São Paulo, 18 de abril de 2020. Disponível em: <<https://www.gazetaesportiva.com/futebol/esporte-segue-na-nicaragua-como-se-nao-houvesse-pandemia-do-coronavirus>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

Ex-Assessor de Flávio Bolsonaro, Queiroz, Sacou 661 Mil em 18 Meses. **Correio Brasiliense**, Agência Estado, 17 de maio de 2019. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/politica/2019/05/17/interna_politica,755544/ex-assessor-de-flavio-bolsonaro-queiroz-sacou-r-661-mil-em-18-meses.shtml>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Facebook Vai Notificar Pessoas que Reagirem a Fake News Sobre Coronavírus. **Exame**, 16 de abril de 2020. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/facebook-vai-notificar-pessoas-que-reagirem-a-fake-news-sobre-coronavirus/>>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

Fake News e Ataques ao Stf. **STF**, 17 de junho de 2020. Disponível em: <<http://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=445764&ori=1>>. Acesso em: 02 de junho.

Fake news "do borracheiro" é usada para desacreditar números do coronavírus. **Gaucha-ZH**, 29 de março de 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2020/03/fake-news-do-borracheiro-e-usada-para-desacreditar-numeros-do-coronavirus-ck8dibh7y02tz01o91mc4j6s4.html>>. Acesso em: 01 de agosto de 2021.

FALEIROS, L. O. B. R.; REZENDE, A. C. R. . **Democracia Tardia no Brasil e a Triste História de seus Ataques Democráticos**. 2019. Disponível em: <<http://siacrid.com.br/repositorio/2019/historia-e-teoria-critica-do-direito-e-hermeneutica-constitucional.pdf#page=60>> Acesso em 10 de junho de 2020.

Fato ou Fake Chega a 150 Checagens sobre o Coronavírus. **Globo**, 3-0 de abril de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/04/30/fato-ou-fake-chega-a-150-checagens-sobre-o-coronavirus-saiba-quais-sao-as-mais-acessadas.ghtml>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, ECA/USP, ano 1, n. 2, 2008, p. 89-105.

FAUSTO NETO, A. **Mediação, midiatização**: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias. In: FERREIRA et al. Entre o Que se Diz e o que se Pensa: Onde Está A Midiatização? Santa Maria: FACOS-UFSM, 2018. P.63-99.

FERNANDES, Talita. Pronunciamento de Bolsonaro defende cloroquina e retoma embate com governadores e prefeitos. **Gaúcha-ZH**, 08 de abril de 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2020/04/em-pronunciamento-bolsonaro-defende-cloroquina-e-retoma-embate-com-governadores-e-prefeitos-ck8s13gu701vg01lla00pv48h.html>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

FERNÁNDEZ, José Luis. **Plataformas mediáticas**: elementos de análises y diseño de nuevas experiencias. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Crujía, 2018.

Flávio Bolsonaro compartilha foto falsa sobre cura do coronavírus. **Correio Braziliense**, 30 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/holofote/2020/03/30/interna-holofote,841245/flavio-bolsonaro-compartilha-foto-falsa-sobre-cura-do-coronavirus.shtml>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta**. São Paulo: Relume Dumará, 2003.

FONTES, Giulia; SILVA, Paulo; KNISS, Andressa. Fake News e fact-checking nas eleições presidenciais de 2018: um estudo qualitativo sobre o projeto Comprova. VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (**VIII COMPOLÍTICA**), Universidade de Brasília (UnB), maio de 2019.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Brasília: Líber Livro, 2008

FREITAS, Ananda. Bolsonaro distribui bananas a jornalistas. **Atarde**, UOL, 04 de março de 2020. Disponível em: <<https://atarde.uol.com.br/politica/noticias/2121435-bolsonabo-distribui-bananas-a-jornalistas-e-visitantes-no-palacio-do-alvorada>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

FRIGO, D. **Circulação de Sentidos e a Memória da Ditadura Civil Militar no Acontecimento o "Voto de Jair Bolsonaro" no Impeachment de Dilma Rousseff**, (Dissertação), Santa Maria, 2018.

GANS, H. *Decidin'g What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. New York: Vintage Books, 1980.

GOMES, Pedro Gilberto. **Dos meios à midiatização**: um conceito em evolução = From media to mediatization: na evolving concept. São Leopoldo, RS: Ed. Unisinos, 2017. P. 125-137. Capítulo: Novo modo de ser no mundo = A new way of being in the world.

_____. Midiatização: um conceito, múltiplas vozes. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 23, n. 2, maio, junho, julho e agosto de 2016.

Governo Bolsonaro tem ao Menos uma Crise a Cada 50 Dias. **Folha de São Paulo**, UOL, 15 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/governo-bolsonaro-tem-ao-menos-uma-cri-se-a-cada-50-dias-relembre-dez-delas.shtml>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

GRAVES, Lucas. **Deciding what's true**: the rise of political fact-checking in american journalism. New York: Columbia University Press, 2016.

GUARESCHI, Pedrinho. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 6-25, jul.-dez. 2007

HANSEN, J. FERREIRA, M. A. Da polarização à busca pelo equilíbrio: as relações entre internet e participação política. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, vol. 9, n. 1, 2018.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.

HENN, Ronaldo. Acontecimento em rede: crises e processos. In: LEAL, Bruno Souza; ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo (org.). **Jornalismo e acontecimento: percursos metodológicos**. Florianópolis: Insular, 2011.

HENN, Ronaldo. O ciberacontecimento. In: VOGEL, Daisi; MEDITSCH, Eduardo; SILVA, Gislene (org.). **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais**. Florianópolis: Insular, 2013.

HENN, Ronaldo. Os mortos vivem no twitter: outras camadas da morte como acontecimento. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo (org.). **Jornalismo e acontecimento: diante da morte**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 111-130.

HENN, Ronaldo. **Seis categorias para o ciberacontecimento**. In: NAKAGAWA, Regiane Miranda; SILVA, Alexandre Rocha (org.). *Semiótica da Comunicação II*. São Paulo: Intercom, 2015.

INDURSKY, F. Lula Lá: estrutura e acontecimento. In: *Organon* 35, v. 17, **Revista do Instituto de Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2003.

Israelenses Condenam Fala de Bolsonaro sobre Holocausto. **Portal Deutch Welle**, 14 de abril de 2019. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/israelenses-condenam-fala-de-bolsonaro-sobre-holocausto/a-48320616>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

Jair Bolsonaro é Eleito Presidente. **Portal G1**, 29 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghtml>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

Joice Hasselmann Denuncia Milícia e Gabinete de Ódio na Disseminação de Fake News. **Câmara Legislativa Federal**, Brasília, 04 de dezembro de 2019 Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/noticias/622252-joyce-hasselmann-denuncia-milicia-e-gabinete-de-odio-na-disseminacao-de-fake-news/>>. Acesso em: 26 de abril de 2020.

KELLI, Kadanus. Do gabinete do ódio à interferência na Receita. **Gazeta do Povo**, 01 de junho de 2020. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/republica/inquerito-fake-news-stf-historico/>>. Acesso em: 06 de junho de 2020.

KOVACK, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LEHRMAN, Sally. **Projeto Credibilidade**. 2018. Disponível em: www.manualdacidadade.com.br/desinformacao. Acesso em: 10 janeiro. 2021.

LESTER. News as purposive behavior. **American Sociological Review**, 39(1), 101–112, 1974.

MACEDO, Fausto. Fake News nas Eleições. **Estadão**. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/fake-news-nas-eleicoes/>>. Acesso em: 07 de junho de 2020.

MACEDO, Isabela. Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro. **UOL**, 26 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>>. Acesso em: 06 de junho de 2020.

Maioria dos Tuítes em Favor de Bolsonaro sobre Coronavírus é Feita por Robôs. **Exame**, 03 de março de 2020. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/maioria-de-tuites-a-favor-de-bolsonaro-sobre-coronavirus-e-feita-por-robos/>>. Acesso em: 03 de maio de 2020.

MARCHAL, NEUDERT, KOLLANYI, HOWARD. **Polarisation and Junk News**. 01 de novembro de 2018. Disponível em: <<http://blogs.oii.ox.ac.uk/politicalbots/wp-content/uploads/sites/89/2018/11/US-Polarisation-and-Junk-News-Midterm-2018.pdf>>. Acesso em: 07 de junho de 2020.

MARÉS, Chico. Bolsonaro erra ao comparar pandemia do H1N1, em 2009, com o novo coronavírus. **Agência Lupa**, Rio de Janeiro, 16 de março de 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/16/bolsonaro-cnn-coronavirus/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

MARÉS, Chico. No Twitter, Osmar Terra publica informações falsas sobre Covid-19 nos Países Baixos. **Piauí**, Rio de Janeiro, 01 de abril de 2020. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/04/01/osmar-terra-coronavirus-holanda/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

MARÉS, Chico. #Verificamos. **Agência Lupa**. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/12/06/verificamos-bolsonaro-cavalaria/>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

MARGETTS, H. **The Internet and Democracy**. In DUTTON, W. H. (Org). The Oxford Handbook of Internet Studies. Oxford, UK: Oxford University Press, 2013.

MARS, Amanda. Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais. **El País**, 25 de fevereiro de 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html>. Acesso em: 07 de junho de 2020.

MARSHALL, Leandro. A imprensa cor-de-rosa. **Observatório da imprensa**. Ed, v. 245, 2003

MÁXIMA, Gabriela. Diferente do discurso de Bolsonaro, "histórico de atleta" não salva competidores profissionais do coronavírus. **UOL**, Vida Fit, 25 de março de 2020. Disponível em: <<https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/vida-fit/2020/03/5603546—historico-de-atleta—nao-salva-competidores-profissionais-do-coronavirus.html>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

MAZUI, Guilherme. Novo ministro da Saúde diz que não haverá 'definição brusca' sobre isolamento social. **G1**, Brasília, 16 de abril de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/16/novo-ministro-da-saude-diz-que-nao-havera-definicao-brusca-sobre-isolamento-social.ghtml>>. Acesso em: 16 de abril de 2020.

MEDEIROS, Armando. A era da pós-verdade: realidade versus percepção. **Uno**, São Paulo, v. 27, n. 1, p.17-19, 2017.

_____. **Os perigos da indiferença a verdade**. Mattavelli Gráfica e Editora, São Paulo, 2017. Disponível em: Acesso em: 12/10/2018.

Médicos Corrigem Bolsonaro e Afirmam que Atletas Podem Adoecer por Coronavírus. **Gazeta**, 26 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.agazeta.com.br/brasil/medicos-corrigem-bolsonaro-e-afirmam-que-atletas-podem-adoecer-por-coronavirus-0320>>. Acesso em: 10 de junho de 2020.

MPF pede que União pague multa de R\$ 100 mil após passeio de Bolsonaro pelo DF. **IstoÉ**, 30 de março de 2020. Disponível em: <<https://istoe.com.br/mpf-pede-multa-e->

justica-da-24-horas-para-bolsonaro-explicar-passeio-no-df/>. Acesso em 09 de junho de 2020.

Não há alternativa, um fato é um fato. **Fecomércio**, São Paulo, 23 de julho de 2017. Disponível em: <<https://www.fecomercio.com.br/video/a-nao-ser-que-joguemos-fora-nossos-telefones-temos-que-descobrir-como-lidar-com-o-fato-de-que-estamos-sendo-inundados-com-manchetes-o-tempo-todo-a>>. Acesso em: 26 de abril de 2020.

Não há dúvida de que nazismo foi movimento de esquerda, diz Bolsonaro. **Reuters**, 02 de março de 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/nao-ha-duvida-de-que-nazismo-foi-movimento-de-esquerda-diz-bolsonaro/>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

NEVEU, É. **Sociologia do Jornalismo**. (C. Comunicação, Ed.). Porto: Porto Editora, 2005.

NICOLELIS: para combater o vírus ciência tem que ser posta em primeiro plano. **Globo News**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/videos/v/nicolelis-para-combater-virus-ciencia-tem-que-ser-posta-em-primeiro-plano/8483653/>>. Acesso em: 18 de abril de 2020.

NORRIS, P. Digital Divide: Civic Engagement, **Information Poverty and the Internet Worldwide**. Cambridge University Press, 2001.

Notícias falsas sobre eleições nos EUA superam notícias reais. **G1**, Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>>. Acesso em: 07 de junho de 2020.

Nove ataques de Bolsonaro a jornalistas. **BBC**, 05 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52553647>>. Acesso em: 07 de julho de 2020.

OMS declara emergência de saúde pública de importância internacional. **OPAS**, 30 de Janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6100:oms-declara-emergencia-de-saude-publica-de-importancia-internacional-em-relacao-a-novo-coronavirus&Itemid=812>. Acesso em: 10 de Janeiro de 2021.

OMS decreta pandemia do novo coronavírus. Saiba o que isso significa. **Veja saúde**, Abril, 11 de março de 2020. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/medicina/oms-decreta-pandemia-do-novo-coronavirus-saiba-o-que-isso-significa/>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

OPAS. Saiba quais são as semelhanças e diferenças entre COVID-19 e gripe. **OPAS**. disponível em: <https://www.paho.org/pt/news/25-3-2020-similarities-and-differences-covid-19-and-influenza>, 2020.

PALMA, A. A Era da Pós-Verdade: Realidade Versus Ficção. **Revista UNO**, 27ª edição; p.17, capítulo 4; São Paulo, 2017

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

_____. **The Filter Bubble.** New York: The Penguin Press, 2011.

PAUL, Dairan. A desinformação circula em espaços diferentes dos dementidos.

Objethos, 16 de abril de 2020. Disponível em:

<<https://objethos.wordpress.com/2020/04/16/raquel-recuero-a-desinformacao-circula-em-espacos-diferentes-dos-desmentidos/>>. Acesso em: 16 de abril de 2020.

PEARSON C. M. Reframing Crisis Management, **Academy of Management Review**, Janeiro, 1998

PENNAFORT, Roberta. É fake que Ceasa de Minas Gerais vive desabastecimento em meio à pandemia do coronavírus. **CBN**, 01 de abril de 2020. Disponível em <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/04/01/e-fake-que-ceasa-de-minas-gerais-vive-desabastecimento-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

PENNAFORT, Roberta. É fake que início do surto de H1N1 no Brasil em 2009 matou mais do que o novo coronavírus. **CBN**, 25 de março de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/03/25/e-fake-que-inicio-do-surto-de-h1n1-no-brasil-em-2009-matou-mais-que-o-do-novo-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

PENNAFORT, Roberta. É fake que OMS incentive masturbação infantil em diretriz sobre educação sexual. **CBN**, 04 de maio de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/05/04/e-fake-que-oms-incentive-masturbacao-infantil-em-diretriz-sobre-educacao-sexual.ghtml>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

PEREIRA, Daniel. Família Bolsonaro enfrenta agora uma pesada oposição nas redes sociais. **Revista Veja**, 12 de junho de 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/familia-bolsonaro-enfrenta-agora-uma-pesada-oposicao-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 19 de junho de 2020.

PIGATTO, Fernando Zasso. **Recomendação número 42**, de 22 de maio de 2020. Governo Federal, 22 de março de 2020. Disponível em: <<http://conselho.saude.gov.br/recomendacoes-cns/1193-recomendacao-n-042-de-22-de-maio-de-2020>>, Acesso em 10 de junho de 2020.

Polícia investiga vídeo postado por Bolsonaro que mostrava ceasa da grande BH vazia. **Globo**, Minas Gerais, 01 de abril de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2020/04/01/policia-investiga-video-postado-por-bolsonaro-que-mostrava-ceasa-da-grande-bh-vazia.ghtml>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

Presidente é o maior responsável por ataques à liberdade de imprensa no país. **FENAJ**, 03 de maio de 2020. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/presidente-e-o-maior-responsavel-por-ataques-a-liberdade-de-imprensa-no-pais/>>. Acesso em: 02 de junho de 2020.

Projeto comprova inicia checagem de conteúdos sobre o novo coronavírus.

Comprova, 25 de março de 2020. Disponível em:

<<https://projetocomprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/projeto-comprova-inicia-chechagem-de-conteudos-sobre-o-novo-coronavirus/>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

Quatro pacientes de UTI com coronavírus têm alta após uso de hidroxicloroquina.

IstoÉ, 26 de março de 2020. Disponível em: <<https://istoe.com.br/quatro-pacientes-de-uti-com-coronavirus-tem-alta-apos-uso-de-hidroxicloroquina/>>. Acesso em: 01 de agosto de 2020.

QUATTROCIOCCI, Scala e Sunstein, Echo Chambers on **Facebook**, 2016,

Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2795110>. Acesso em 09 de junho de 2020.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet, difusão de informação e jornalismo**: elementos para discussão. In: SOSTER, D.; SILVA, F. F. da. (Orgs.). *Metamorfoses Jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009

RECUERO, Raquel; ZAGO, G. S. ; SOARES, Felipe B. MIDIA SOCIAL E FILTROS-BOLHA NAS CONVERSÇÕES POLÍTICAS NO TWITTER. In: XXVI COMPÓS, 2017, São Paulo. *Anais da XXVI COMPÓS: SÃO PAULO/SP, 2017. v. 1. p. 1-27.*

RECUERO, Raquel. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter.

Galaxia (São Paulo, online), ISSN 1982-2553, n. 41, mai-ago., 2019, p. 31-47. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542019239035>

_____. Desinformação e os riscos para a Pandemia do Coronavírus. **Medium**, 24 de março de 2020. Disponível em:

<<https://medium.com/@raquelrecuero/desinforma%C3%A7%C3%A3o-e-os-riscos-para-a-pandemia-de-coronav%C3%ADrus-b0de9521d4fe>>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

_____. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. *Análise de Redes para Mídia Social*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

REZENDE, A Claudia; FALEIROS. L. Otávio Baccon Rocha. Democracia tardia no brasil e a triste história de seus ataques democráticos, **Anais do IX Simpósio Internacional de Análise Crítica do Direito**, UENP, 2019, p.60-76.

SALLES, Gabriela. Internautas batizam dia da mentira de bolsonaroday. **Revista Fórum**, 01 de abril de 2020. Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/redes-sociais/internautas-batizam-dia-da-mentira-de-bolsonaroday/>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2021.

SENRA, Ricardo. Após Twitter, Facebook e Instagram excluem vídeo de Bolsonaro por 'causar danos reais às pessoas'. **BBC**, Londres, 30 de março de 2020.

Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52101240>>. Acesso em: 30 julho de 2020.

ROGENSKI, Renato. Justiça proíbe campanha “O Brasil não pode parar”. **Meio e Mensagem**, 28 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2020/03/28/justica-proibe-campanha-o-brasil-nao-pode-parar.html>>. Acesso em: 30 de junho de 2020.

ROSNIEKSI, Raiza. Coronavírus: saiba como identificar fake news para não propagar inverdades. **Governo do RS**, 19 de março de 2020. Disponível em: <<https://inova.rs.gov.br/coronavirus-saiba-como-identificar-fake-news-para-nao-propagar-inverdades>>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

ROSSINI, P. (2019). **Disentangling uncivil and intolerant discourse**. In R. Boatright, D. Young, S. Sobieraj, & T. Shaffer (eds). *A crisis of civility? Contemporary research on civility, incivility, and political discourse* (142 – 157). New York: Routledge.

Sabia que a maioria do tráfego da internet brasileira não vem de pessoas. **UOL**, 07 de novembro de 2017. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2017/11/07/sabia-que-a-maioria-do-trafego-da-internet-brasileira-nao-vem-de-pessoas.htm>>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

Saiba como funciona a votação nos estados unidos. **EBC**, 24 de outubro de 2012. Disponível em: <<https://www.ebc.com.br/noticias/internacional/2012/10/saiba-como-funcionam-as-eleicoes-nos-estados-unidos>>. Acesso em: 06 de junho de 2020.

SAKAMOTO, Leonardo. Gripezinha: menosprezo de Bolsonaro por Coronavírus. **UOL**, 20 de março de 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardo-sakamoto/2020/03/20/gripezinha-menosprezo-de-bolsonaro-por-coronavirus-o-tornou-cumplice.htm>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

SANCHES, Mariana. “É muito mais fantasia”, diz Bolsonaro sobre crise nos mercados causada pela pandemia do coronavírus. **BBC**, Miami, 10 de março de 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51823908>>. Acesso em: 09 de junho de 2020.

SERRA, Paulo. **Web e credibilidade: O caso dos blogs**. Disponível em: <<http://chile.unisinos.br/pag/serra-paulo-web-credibilidade-blogs.pdf>> Acesso em: 20 ago. 2017.

SEIXAS, Rodrigo. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados e Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 18, p. 122-138, abr. 2019.

SCHLESINGER, P.- Repenser la sociologie du journalisme. les stratégies de la source d'information et des limites du média-centrisme. **Resaux**, 51: 75-98, 1992.
SCHUDSON, M.. **The Sociology of News**. Nova Iorque: W. W. Norton & Company, 2003;

SCOTT, J.; CARRINGTON, P. J. (Orgs.) **The SAGE handbook of social network analysis**. London: SAGE publications, 2011

SIGAL, L. **Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking**. Lexington: D. C. Heath, 1973

SOUSA, J. P. (2007,). **A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica**. Acessado em 07 de junho de 2020 em: <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>

SOUZA, Rogério Martins de. **Investigando as fake news: análise das agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil**. 2017. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2017/resumos/R58-0343-1.pdf>> Acesso em: 02 set. 2017

TERÉ, E. Distorsiones tecnopolíticas: represión y resistencia algorítmica del activismo ciudadano em la era del “big data”. **Trípodos**, n 39, p. 35-51, dic. 2016.

THOMPSON, J. B. **O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia**. Petrópolis: Vozes, 2002.

Todas as declarações de Bolsonaro. **Aos fatos**. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>>. Acesso em: 22 de junho de 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume I – Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. Ed., 2005.

TRINDADE, Naira. Em evento, Bolsonaro chama população a participar de manifestações originalmente contra o congresso. **OGlobo**, 07 de março de 2020. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/em-evento-bolsonaro-chama-populacao-participar-de-manifestacoes-originalmente-contr-congresso-24292343>>. Acesso em: 10 de junho de 2020.

TROI, Marcelo de; QUITILIO, Wagner. Coronavírus: lições anti-negacionistas e o futuro do planeta, **SciELO em Perspectiva**, 2020. blog.scielo.org/blog/2020/03/31/coronavirus-licoes-anti-negacionistas-e-o-futuro-do-planeta/

Trump ameaça fechar redes sociais. **BBC**, 28 de maio de 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52832011>>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

UOL mostra que bolsonaro já chamou covid de gripezinha. **UOL**, 13 de março de 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/videos/2021/03/13/uol-mostra-que-bolsonaro-ja-chamou-covid-de-gripezinha.htm>>. Acesso em: 21 de abril de 2021.

VAN DIJCK, J; POELL, T.; DE WAAL, M. The Platform Society. **Public Values in a Connective World**. Oxford University Press, 2018.

Veja repercussão do pronunciamento de Bolsonaro sobre o coronavírus em que ele contrariou especialistas e pediu fim do 'confinamento em massa'. **G1**, 24 de março de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/veja->

repercussao-ao-pronunciamento-de-bolsonaro-em-que-ele-pediu-volta-a-normalidade-fim-do-confinamento-e-disse-que-meios-de-comunicacao-espalharam-pavor.ghtml>. Acesso em: 22 de abril de 2020.

VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. **Revista Diálogos de la Comunicación**, n.48, Lima: Felafacs, 1997.

Vídeo do diretor da OMS foi tirado de contexto para validar discurso de Bolsonaro. **Projeto Comprova**, 31 de março de 2020. Disponível em: <<https://projetocomprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/video-do-diretor-da-oms-foi-tirado-de-contexto-para-validar-discurso-de-bolsonaro/>>. Acesso em: 23 de junho de 2020.

VIEIRA, Lívia de Souza. **Parâmetros Éticos para uma política de correção de erros no jornalismo online**. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofoletti. Florianópolis, 2014.

ZARACOSTAS, John. **How to fight an infodemic**. The Lancet, 29 de fevereiro de 2020. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)30461-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)30461-X/fulltext)>. Acesso em: 08 de junho de 2020.

ZARZALEJOS, J. A. A Era da Pós-Verdade: Realidade Versus Ficção. **Revista UNO**, 27ª edição; p.12, capítulo 2; São Paulo, 2017

WARDLE, Claire. **Fake news**. It's complicated. First Draft, Reino Unido, fev. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3iejga6>. Acesso em: 16 ago. 2020

WARDLE, C. e Derakhshan. **Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**: Jornalismo, fake news e desinformação. Módulo 2. Reflexão sobre a desordem da informação: formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. Unesco, Paris, França, 2019.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis**. 1.ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WHITE, David Manning. **The Gate-keeper Le sélectionneur**: étude sur la selection des nouvelles. In: BALLE, F. e PADIOLEU, J.C. (orgs.). Sociologie de l'information. Paris: Larousse, pg. 203-214.

WICHOLWSKI, Alexis. Em entrevista em vídeo. **FecomércioSP**. disponível em <https://www.fecomercio.com.br/video/a-nao-ser-que-joguemos-fora-nossos-telefo-temos-que-descobrir-como-lidar-com-o-fato-de-que-estamos-sendo-inundados-com-manchetes-o-tempo-todo-a>, 2017.

WOOLLEY, S. e Howard P. Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, **Working Paper** No. 2017.11. University of Oxford, 2017.