



Estética das *Fake News* nas redes sociais digitais

Uma análise das principais notícias falsas sobre a greve dos caminhoneiros

Fake News aesthetics in digital social networks

An analysis of the main false news on the truckers' strike

Débora Freire¹
David Fernandes²

Resumo

As inovações tecnológicas ampliaram as possibilidades de conexão e facilitaram o acesso e produção de conteúdo. Como consequência, as redes sociais digitais tornaram-se ferramenta importante na formação do imaginário da pós-modernidade e na divulgação de informações sem comprovação. Depois da Primavera Árabe difundida pelo Twitter no Oriente Médio, em 2011, e das manifestações brasileiras de junho de 2013 impulsionadas pelo Facebook, foi a vez do WhatsApp protagonizar a mobilização dos caminhoneiros que parou o Brasil em maio de 2018. A paralisação foi terreno fértil para a boataria ser difundida. Os boatos surgem em múltiplos contextos e se espalham rapidamente em ambientes de sociabilidade. O problema das notícias falsas não é exclusividade da internet, o que mudou foi o alcance e a velocidade com que se espalham. As *fake news* têm preocupado pelos danos causados a indivíduos e instituições, além de construir uma verdadeira indústria da desinformação. Além do modo verossímil que se apresentam, as *fake news* conseguem adesão, segundo Sunstein (2010, p.7) porque “reforçam e se encaixam nas convicções prévias dos que acreditam nelas”. Sobre essa afirmação ressaltamos ainda que notícias falsas também vendem e dão altos lucros. Para D’Ancona (2018, p.55) “consumimos aquilo que já gostamos, e evitamos o não familiar.” E esse consumo se revela nos cliques, compartilhamentos e curtidas, sobre assuntos oferecidos pelos algoritmos, com base nos rastros que deixamos no meio digital. O Jornalismo também

¹Jornalista e Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: jornalismo_debora@yahoo.com.br.

² Doutor em Linguística e Professor Titular do Departamento de Comunicação e Turismo da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: alltype17@gmail.com



tem sido afetado pela disseminação desenfreada de notícias falsas. Isso se torna ainda mais preocupante quando levamos em consideração que a sociedade legitima esses meios como fontes confiáveis de informação. O presente artigo tem como objetivo analisar a estética das *fake news* mais disseminadas durante a greve dos caminhoneiros e o papel potencializador das redes sociais online. Por meio da pesquisa documental e bibliográfica, procuramos identificar de que maneira essas notícias falsas foram construídas para parecerem críveis.

Palavras-chave: *Fake News*, Redes Sociais Digitais, Estética.

Abstract

Technological innovations have expanded connection possibilities and facilitated access to and production of content. As a consequence, digital social networks have become an important tool in the formation of the postmodern imagery and the diffusion of unproven information. After the Arab Spring broadcast by Twitter in the Middle East in 2011 and the Brazilian demonstrations in June 2013 driven by Facebook, it was the turn of WhatsApp to lead the mobilization of the truck drivers who stopped in Brazil in May 2018. The shutdown was fertile ground for the rumors to be spread. Rumors arise in multiple contexts and spread rapidly in sociable environments. The problem of fake news is not exclusive to the internet, what has changed is the scope and speed with which it spreads. The fake news have been concerned about the damage done to individuals and institutions, as well as building a true disinformation industry. In addition to the verisimilitude they present, fake news can achieve adherence, according to Sunstein (2010, p.7) because they "reinforce and fit the previous convictions of those who believe in them." On this statement we also point out that false news also sells and gives high profits. For D'Ancona (2018, p. 55), "we consume what we have already enjoyed, and avoid the unfamiliar." And this consumption is revealed in the clicks, shares and tanned, on the subjects offered by the algorithms, based on the traces left in the digital medium. Journalism has also been affected by the rampant dissemination of false news. This becomes even more worrying when we consider that society legitimizes these media as reliable sources of information. The objective of this article is to analyze the aesthetics of the most widespread fake news during the truckers' strike and the empowering role of online social networks. Through documentary and bibliographic research, we try to identify how these false news stories were constructed to look credible.

Keywords: Fake News, Digital Social Networks, Aesthetics.

INTRODUÇÃO

Na semana em que o Brasil literalmente parou devido à greve³ dos caminhoneiros, uma enorme quantidade de notícias falsas foi compartilhada nas redes sociais digitais, especialmente em grupos de WhatsApp, agravando a tensão instalada na sociedade. Os boatos envolviam desde legislação a decisões judiciais, e incitavam que a categoria voltasse a fechar rodovias. Entre as falsas mensagens mais disseminadas era a de que o governo federal havia conseguido o bloqueio do WhatsApp, principal meio de mobilização dos caminhoneiros.

A paralisação, que durou 11 dias, bloqueando estradas, causando desabastecimento e prejuízos em vários setores, foi terreno fértil para a boataria ser difundida por meio de aplicativos de mensagens. Esse acontecimento ratifica o poder que as *fake news*⁴ têm de aumentar o caos em situações de crise. Mas a fabricação de informações inverídicas não ocorre apenas em ocasiões como essa. As *fake news* fazem parte do nosso dia a dia há séculos e nos chegam em vários formatos (texto, áudio, vídeo, boca a boca), por meio de várias plataformas.

Os boatos surgem em múltiplos contextos e se espalham rapidamente em ambientes de sociabilidade. Com a popularização das redes sociais digitais, estes ambientes foram ampliados, globalizados, intensificando as relações entre os diferentes indivíduos que navegam pela rede. Desse modo, esses novos espaços públicos facilitaram o processo de transmissão e circulação de falsas informações.

As *fake news* têm preocupado sociedades inteiras pelos danos reais causados a indivíduos e instituições. Sua onipresença vem ameaçando desde a democracia, política, economia, carreiras, à segurança do cidadão comum, e construindo uma verdadeira indústria da desinformação.

³ A greve teve início em 21 de maio de 2018. A principal exigência dos caminhoneiros era a redução da carga tributária sobre o diesel, pois o custo do óleo representava 42% do custo do frete, tornando inviável o transporte de mercadorias no país. Os motoristas pediram a zeragem da alíquota de PIS/Pasep e Cofins, e a isenção da Cide (Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico). Os impostos correspondiam quase à metade do valor do combustível na refinaria.

⁴ *Fake news* entendida como informações distorcidas propositalmente (ou ainda advindas de má apuração) criadas, utilizando de técnicas jornalísticas, (tanto no conteúdo como na forma), para lucrar de alguma maneira, sejam cliques, *likes*, compartilhamentos. Além disso, alcançar resultados eleitorais específicos, formar e influenciar correntes de opinião, denegrir a imagem de uma pessoa, segmento social ou instituição.

Além do modo verossímil que se apresentam, as *fake news* conseguem adesão, segundo Sunstein (2010, p.7) porque “reforçam e se encaixam nas convicções prévias dos que acreditam nelas.” Sobre essa afirmação ressaltamos ainda que notícias falsas também vendem e dão altos lucros. Para D’Ancona (2018, p.55) “consumimos aquilo que já gostamos, e evitamos o não familiar.” E esse consumo se revela nos cliques, compartilhamentos, curtidas e *likes*, sobre assuntos e imagens oferecidos pelos algoritmos.

O Jornalismo, que reivindica para si a mediação da realidade, também tem sido afetado pela disseminação desenfreada de notícias falsas. A rotina jornalística, em especial, a apuração, tornou-se mais difícil e anda muitas vezes em descompasso com sua função primordial, que é levar informação correta ao público. O fato é que muitos veículos de comunicação têm sido criadores e/ou propagadores de *fake news*. Isso se torna ainda mais preocupante quando levamos em consideração que a sociedade legitima esses meios como fontes confiáveis de informação.

A partir desse preâmbulo, partiremos para o objetivo desse artigo que é analisar as principais notícias falsas compartilhadas durante a greve dos caminhoneiros, ocorrida de 21 a 31 de maio de 2018, a partir da estrutura estética e do conteúdo que as tornaram capazes de parecerem verídicas e levaram vários públicos a repassarem essas informações. Que artifícios cooperam para a dinâmica e repercussão das notícias falsas? Por que conseguem mobilizar tanta gente?

Disseminação de falsas informações

Os mecanismos e as instâncias de distinguir enunciados verdadeiros dos falsos e o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdade, como os meios de comunicação, têm tropeçado nas informações/notícias falsas, em especial às disponíveis nas redes sociais digitais. Uma pesquisa divulgada em fevereiro de 2017, pela CNT/MDA⁵, aponta que 80% dos brasileiros acreditam nas informações que veem ou leem nas redes sociais. Esse levantamento é preocupante quando consideramos, entre outros fatores, a quantidade de prossumidores⁶ em filtros-bolha e o crescimento da produção e disseminação de informações falsas nessas redes. Com o crescente número de dados na rede, os hábitos dos

⁵ 133ª pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Transportes (CNT) em parceria com o site MDA pesquisas e divulgada em 15/02/17. Disponível em <http://bit.ly/2m47ar1>. Acesso em 02/11/2017.

⁶ Neologismo criado pelo escritor norte-americano Alvin Toffler para analisar indivíduos, concomitantemente, produtores e consumidores de informação.

usuários começaram a ser cada vez mais mapeados por agentes inteligentes⁷, segundo Steven Johnson (2001), como é o caso do Facebook, levando ao prosumidor não apenas o que ele está buscando, mas as informações correlatas às preferências mapeadas, ou seja, o que tem “a cara do usuário”. Eli Pariser (2011) vai conceituar de filtro-bolha essa dinâmica que empurra conteúdos que refletem determinados gostos, por um caminho onde só passam ideias que um algoritmo julga representar a personalidade do usuário. Dessa forma, ficamos na bolha, pois tendemos a receber e acreditar nas informações que são semelhantes aos nossos interesses, gostos pessoais e onde não há espaço para opiniões contrárias. O objetivo das redes de agradar o usuário acabou por criar um ambiente polarizado. Cada grupo fica em um “mundo”, preferindo ver, ler, ouvir e, mais grave, compartilhar inverdades que lhe agradem do que uma visão contrária e real.

Jenkins, Ford & Green (2013) chamam atenção para o fato de que as pessoas não estão compartilhando boatos apenas devido às possibilidades oferecidas pelas tecnologias empregadas nas redes sociais, mas sim porque já faziam pessoalmente, o boca a boca, porém agora essa interação se dá de maneira muito mais rápida e fácil. Para Kapferer (1987), o boato está em todas as esferas da vida social e é o mais antigo das mídias de massa. Ainda segundo o autor, o boato é um fenômeno social importante, que começou antes mesmo da escrita e se faz presente na contemporaneidade.

No entanto, nem todo público que recebe uma notícia do ambiente virtual possui condições de reconhecer se o fato possui veracidade ou não. Para Reule (2008, p. 24), “ao receber o rumor, o indivíduo permanece num estado de dúvida e busca mais informações em suas redes sociais” condição que pode ampliar a propagação do boato. Quando o usuário acredita nas notícias falsas, ele compartilha o conteúdo fazendo recircular em sua rede de contatos. Para DiFonzo (2009), uma das razões pela qual alguém acaba espalhando boatos é a necessidade de entender uma determinada situação e se sentir capaz de tomar alguma atitude eficaz em relação a ela.

Pós-verdade e *fake news*: a era da indiferença e da aceitação

Engana-se quem acredita que o termo pós-verdade seja moderno. Não, não é. Porém é tão atual quanto quando foi utilizado pela primeira vez, em um artigo de Steve Tschich, e

⁷ Segundo Steven Johnson, agentes inteligentes são computadores que executam tarefas de acordo com determinados comandos e padrões programados.

publicado em 1992, na revista *The Nation*⁸, no qual ele falava sobre a primeira Guerra do Golfo e sobre seu pesar ao perceber que, após as revelações dos fatos que levaram Richard Nixon ao impeachment, os americanos começaram a evitar verdades desconfortáveis. E mesmo sendo um povo livre, o autor lamentava a decisão das pessoas em viver em uma espécie de mundo da pós-verdade, ou seja, um mundo no qual a verdade não é mais tão importante ou relevante. Mais de vinte anos depois, a mesma pós-verdade - eleita pelo Dicionário de Oxford a palavra do ano de 2016 – ocupa uma posição de destaque e preocupante no debate público. Sua definição, pelo próprio Oxford, diz “relativa a circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que emoções e crenças pessoais”. É o que D’ANCONA (2018, p.32) diz “verdade saindo, emoção entrando”. O autor ressalta que pós-verdade não é igual a mentira.

Massacrado por informações inverossímeis e contraditórias, o cidadão desiste de tentar discernir a agulha da verdade no palheiro da mentira e passa a aceitar, ainda que sem consciência plena disso, que tudo o que resta é escolher, entre as versões e narrativas, aquela que lhe traz segurança emocional. A verdade, assim, perde a primazia epistemológica nas discussões públicas e passa a ser apenas um valor entre outros, relativo e negociável, ao passo que as emoções, por outro lado, assumem renovada importância (D’ANCONA, 2018, p. 9 e 10).

A razão tomba diante do emocional ou da necessidade de sustentar crenças, apesar dos fatos mostrarem o contrário, e é nessa conjuntura que se dá o colapso da confiança nas instituições tradicionais e consolidam-se meios de comunicação alternativos como o WhatsApp e o Facebook.

E isso não é tudo. A pós-verdade, aliada às possibilidades de socialização no ambiente digital, deu espaço para que as *fake news* tomassem proporções inimagináveis.

As redes sociais online caíram que nem uma luva para a propagação de notícias falsas. Declarações ambíguas, distorcidas propositalmente ou ainda advindas de má apuração são utilizadas para os mais diversos motivos: ganhar dinheiro de anunciantes, alcançar resultados eleitorais específicos, formar e influenciar correntes de opinião, induzir metas de políticas públicas, reforçar vínculos de identificação coletiva e, até mesmo, denegrir a imagem de uma coletividade ou segmento social, étnico ou racial.

8 KREITNER, Richard. Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year-Old Essay Tells Us About the Current Moment. *The Nation*, 30 nov. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Lzpgm4>>. Acesso em: 22 de abril de 2018.

Allcott e Gentzkow (2017, p. 213-214) definem *fake news* como “notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsas, podendo enganar os leitores”. Bartlett (2017) ressalta que o termo entrou em circulação desde a eleição de Donald Trump:

De acordo com o Google Trends, o interesse por ele de repente deu um grande salto em torno do dia da eleição de 2016. Originalmente, notícias falsas se referiam a notícias satíricas do tipo que apareciam no The Daily Show ou no The Colbert Report. Mais recentemente, o presidente Trump usou o termo como uma acusação contra organizações de notícias que relatam notícias precisas das quais ele não gosta. (BARTLETT, 2017, 96, tradução nossa)

A expressão *fake news* despontou para a fama graças ao Dicionário Oxford, editado pela universidade britânica, que anualmente elege uma palavra de maior destaque na língua inglesa, apontando um crescimento de 2.000% do uso do termo em 2017. O Google registra mais de 20,2 milhões de citações em inglês, 11 milhões em espanhol e 9 milhões em português, uma ideia de seu sucesso.⁹

A greve dos caminhoneiros e a desordem informacional

Depois de uma revolução popular convocada por SMS em Moçambique, em 2010, da Primavera Árabe difundida pelo Twitter no Oriente Médio, em 2011, e das manifestações brasileiras de junho de 2013 impulsionadas pelo Facebook, foi a vez do WhatsApp protagonizar a mobilização que parou o Brasil em maio de 2018. A greve dos caminhoneiros, que interditou milhares de trechos de rodovias em todo o país ao longo de 11 dias, é a maior mobilização mundial já feita pelo WhatsApp, segundo Yasodara Córdova, pesquisadora da Escola de Governo de Harvard, nos Estados Unidos, e Fabrício Benevenuto, professor de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), pioneiro na pesquisa de conteúdos compartilhados em grupos de WhatsApp. A afirmação foi feita em entrevista concedida pela pesquisadora ao portal BBC Brasil¹⁰.

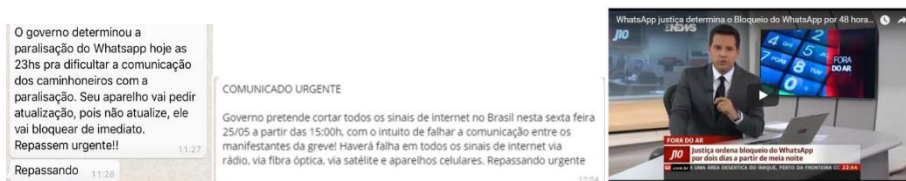
A comunicação por WhatsApp tem características diferentes das feitas por Twitter e Facebook. Enquanto postagens públicas no Twitter ou Facebook podem ser vistas por qualquer um e chegar de uma vez só a milhares de usuários, as mensagens de WhatsApp atingem apenas um indivíduo ou os participantes do grupo, limitados a um número máximo

⁹ PRIOLLI, Gabriel. **A era da pós-verdade**. Disponível em: <https://bit.ly/2nvkaEv> . Acesso em: 23 de abril de 2018.

¹⁰ Matéria completa no <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-44325458>. Acesso em 04 de junho de 2018.

de 256 pessoas. Dali, podem ser levadas para outras pessoas ou outros grupos, em uma distribuição em pirâmide. Além disso, todo diálogo é criptografado, tornando a comunicação mais velada e mais fácil de ser difundida, apesar de alguns esforços feitas pelos criadores do aplicativo, na tentativa de facilitar a identificação das fontes primárias das mensagens.

A medição¹¹ da importância do WhatsApp na greve dos caminhoneiros foi feita pelo Instituto Ipsos, empresa de pesquisa e de inteligência de mercado, presente no Brasil e em mais de 80 países. O instituto de pesquisa entrevistou cerca de 1,2 mil caminhoneiros; 45% deles tomaram conhecimento pelo WhatsApp e 9% via Facebook, ou seja, as redes sociais foram o meio de disseminação da paralisação para mais da metade dos caminhoneiros; 18% souberam do movimento sendo parados por colegas enquanto rodavam com o caminhão e 1% foi convocado por sindicato ou associação. Essa importância do WhatsApp na greve ficou ainda mais evidente quando começou a circular uma *fake news*, no próprio app, de que o governo federal teria conseguido o bloqueio do aplicativo para enfraquecer o movimento. Esse bloqueio se daria por meio de uma atualização do WhatsApp. Áudios e vídeos também disseminavam esse boato, inclusive o uso de um trecho do Jornal das Dez¹², da Globo News.



Figuras 1, 2 e 3: Falsas informações sobre suposto bloqueio do WhatsApp. (fonte: arquivo pessoal)

Entre tantos boatos, destacaremos outros dois que tomaram conta dos 4 grupos de WhatsApp que analisamos durante essa greve, sendo um de grupo de família, um grupo de amigos de colégio, um grupo de amigas de infância e um grupo de trabalho. Além disso, estão dentro de um levantamento feito pelo G1 como falsas informações mais disseminadas durante a greve dos caminhoneiros. Um das mensagens falava de uma grande confusão na Câmara Federal, pois o presidente Michel Temer havia decretado estado de sítio¹³ a pedido do deputado Rodrigo Maia.

11 Pesquisa disponível no link <https://www.ipsos.com/pt-br/pesquisa-ipsos-truckpad-com-caminhoneiros>. Acesso em 04 de junho de 2018.

12 O citado trecho do programa Jornal das Dez (Globo News) está disponível no link <https://bit.ly/2LeGqR6>.

13 O artigo 137, em seus incisos, trata do “estado de sítio”, tem sua aplicabilidade nos seguintes casos: “I - comoção grave de repercussão nacional ou ocorrência de fatos que comprovem a ineficácia de medida tomada durante o estado de defesa; II - declaração de estado de guerra ou resposta a agressão armada estrangeira”. A medida alcança direitos como “suspensão da liberdade de reunião”, “busca e apreensão em domicílio”,



Figuras 4 e 5: Falsas informações e vídeos fora de contexto sobre suposta decretação de estado de sítio. (fontes: IstoÉ e Veja)

Dois vídeos postados nas redes sociais sobre essa suposta confusão, e que ainda está disponível no YouTube, são verdadeiros, mas estão totalmente fora de contexto. Um refere-se à sessão deliberativa¹⁴ da Câmara dos Deputados realizada em 24 de maio de 2017, em que os ânimos estavam exaltados. Nessa sessão, o deputado Paulo Pimenta confronta o presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia, ao receber informação que o Palácio do Planalto teria convocado as forças armadas para impedir as manifestações na Esplanada, contra o presidente Michel Temer, e o pedido teria partido de Maia. O segundo vídeo, gravado em abril de 2017, mostra policiais invadindo o Congresso em protesto contra alguns pontos da reforma da Previdência.

Outra corrente que “viralizou” nas redes sociais online, em especial no WhatsApp, incluíam um áudio e uma carta atribuídos ao comandante do Exército, Eduardo Villas Bôas. Nas mensagens, o autor pedia que a população, em todas as capitais brasileiras, saísse às ruas para pedir intervenção militar (na quinta-feira, 30 de maio) e dizia que na manhã seguinte, o Exército iria intervir.



“Pedro, é o seguinte, na Constituição, no artigo primeiro, fala que são sete dias e seis horas para o Exército poder tomar conta de tudo, tomar a frente, chegar lá com todo seu comboio dos tanques militares, caminhões, soldados, chegar lá na frente do plenário em Brasília e retirar à força o governo. Hoje está no sexto dia. Vai dar sete dias e seis horas na segunda-feira à meia-noite. As tropas já estão mobilizando as carretas, os tanques já estão passando. Passou aqui ontem três carretas e seis tocos com os homens dentro deles. Os próprios rodoviários avisou (sic) a gente que o governo já caiu, é só questão de a gente segurar. A gente não pode afrouxar agora. O presidente e a mídia, a mídia comprada, toda essa mídia comprada, eles estão falando que o Rodoanel liberou, não, nada liberou. Eles estão reorganizando a rodovia, porque no estado de São Paulo existe um mandato, um assinado judicial que não pode ficar nenhum veículo parado na faixa de rolamento e acostamento, então eles estão organizando os caminhões. O Exército está em Brasília organizando os caminhões. Tem que aguentar até segunda-feira meia-noite, que é o dia da intervenção militar. Não tem mais boca, o governo perdeu, já era, acabou, só que a gente tem que segurar. É o artigo primeiro da Constituição brasileira, sete dias e seis horas”.

Figuras 6 e 7: Falsas informações sobre suposta intervenção militar. (fonte: G1)

Em outro áudio compartilhado, mas não atribuído ao General, o emissor da mensagem fala como um dos caminhoneiros em greve e diz que o prazo para intervenção militar ocorrer é de “sete dias e seis horas”, pois isso estaria previsto na Constituição. Além disso, ainda sobre a “intervenção militar”, outra *fake news* difundida era a de que uma pesquisa apontava

“intervenção nas empresas de serviços públicos” e “requisição de bens”. O Presidente só pode decretá-lo com autorização da maioria absoluta do Congresso Nacional.

14 Vídeo disponível no link <https://bit.ly/2L7v01A>. Acesso em 28 de maio de 2018.

que 94% da sociedade brasileira era a favor da intervenção. A falsa informação levava ao site ‘Jornal do País’¹⁵ O conteúdo começa com um vídeo que mostra uma enquete realizada no Programa do Ratinho e publicada no Youtube em 19 julho de 2017. Nessa gravação, Ratinho fez uma enquete utilizando um aplicativo chamado Spy Bat, onde perguntava: “Você é favorável à intervenção das Forças Armadas para acabar com a violência no Rio de Janeiro?”. Um total de 94% das pessoas que responderam à enquete disse “sim”.

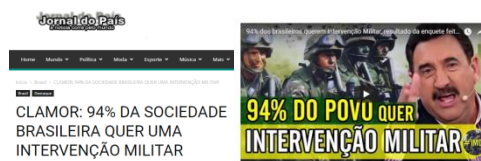


Figura 8: Falsa pesquisa sobre intervenção militar no Brasil divulgada em site com fama de espalhar *fake news*. (fonte: site Jornal do País)

Apesar de muitas outras *fake news* terem sido difundidas durante a greve dos caminhoneiros, restringimos o nosso universo de análise aos três exemplos que citamos acima. Para melhor compreensão deste estudo, a análise foi separada em duas partes. A primeira é voltada para análise da estética emocional do conteúdo e a segunda para a estética visual construída para essas notícias falsas.

Análise da estética de referência (emocional)

Para se acreditar numa informação é preciso que o conteúdo dela seja plausível para aqueles que a ouve, ler ou ver. É esse um dos ingredientes principais para que as falsas informações se desenvolvam e ganhem proporção. É preciso que elas sejam aceitas como verossímeis em um determinado contexto por um determinado grupo. No caso dos boatos selecionados, todos contêm informações sobre “desdobramentos” relevantes da greve dos caminhoneiros, mobilização que mudou a rotina de uma sociedade inteira. Pra muita gente, o bloqueio do WhatsApp poderia realmente ocorrer, como aconteceu em dezembro de 2015, quando a Justiça determinou o bloqueio¹⁶ do aplicativo, em todo o país, por 48 horas. Essa *fake news* esbarra em dois pontos: um governo não pode decidir sobre suspensão do aplicativo

¹⁵ O conteúdo contendo as falsas informações está disponível no link <https://bit.ly/2uLTxhq>. Acesso em 20 de julho de 2018.

¹⁶ O bloqueio do aplicativo no Brasil se deu devido à recusa do *WhatsApp* em fornecer dados do aplicativo para uma investigação criminal.

de mensagens, apenas a Justiça; o outro é a versão disseminada de que a suspensão se daria por meio de uma atualização do aplicativo, mas não é assim que funciona. Quando a Justiça determina o bloqueio, as operadoras de telefonia celular são notificadas e obrigadas a interromper o acesso a ele. É assim que se dá o bloqueio.

As outras duas fakes também se mostraram possíveis. Na incerteza política e econômica na qual se encontrava o país, o decreto de estado de sítio e a intervenção militar poderiam sim ser possíveis para muita gente, mas também cessam com um pouco de informação. Vamos ao exemplo da suposta decretação de estado de sítio. Ao contrário do que diz a *fake news*, Michel Temer não decretou estado de sítio no país durante a greve de caminhoneiros. O que o presidente fez foi assinar, no dia 26 de maio de 2018, um decreto de Garantia da Lei e da Ordem (GLO). A medida foi tomada para permitir a atuação do Exército no desbloqueio de estradas obstruídas pelas manifestações dos grevistas. Ao citar o suposto pedido de Rodrigo Maia, o vídeo-boato do WhatsApp parte de uma notícia verdadeira, veiculada em 24 maio de 2017. Naquele dia, Michel Temer baixou um decreto de Garantia da Lei e da Ordem para que as Forças Armadas atuassem nas manifestações contra o governo na Esplanada dos Ministérios, em Brasília, que haviam terminado com cenas de violência e depredação.

Igualmente ao estado de sítio, o conteúdo sobre intervenção militar se fez concebível. Mas nem o artigo 1º da Constituição Federal nem qualquer outro artigo preveem que os militares possam tomar o poder após sete dias e seis horas de greve de alguma categoria. O artigo 142 da Constituição de 1988, amplamente evocado pelos intervencionistas como base para a tal “intervenção constitucional”, também não traz essa declaração. O artigo diz que uma iniciativa do Exército, da Marinha ou da Aeronáutica para garantir a lei e a ordem só pode ocorrer a partir de iniciativa dos “poderes constitucionais”, isto é, Executivo, Legislativo e Judiciário. Quando há problemas na segurança pública, por exemplo, o presidente pode acionar os militares por meio de decretos de Garantia da Lei e da Ordem (GLO). Outra medida possível é a intervenção federal — e não “intervenção militar”, embora conduzida por um interventor militar — na segurança pública. Neste caso, a intervenção deve ser aprovada também pelo Congresso Nacional e impede que os parlamentares aprovem qualquer Proposta de Emenda à Constituição (PEC) durante sua vigência.

Para parecer verdadeiro, o boato raramente chega só. Geralmente está acompanhado por um cortejo de provas que lhe conferem credibilidade, como vídeos, fotos e áudios. “Fornecer assim um sistema explicativo coerente a um grande número de factos díspares

ficando, desse modo, satisfeita a nossa necessidade de estabelecer ordem na compreensão dos fenômenos que nos rodeiam” (KAPFERER, 1993, p.76 e 77).

As *fake news* seduzem e um dos fatores essenciais para que isso aconteça é a capacidade de simplificar de forma organizada, muitas vezes, o enquadramento do fato dentro do contexto. O boato dirige-se ao essencial. Uma coisa é ou não é, não existem meios-termos. A explicação dada dentro do boato sobre a intervenção militar, em que usa a Constituição, é um exemplo. Para Kapferer (1993), é da natureza humana estar sempre procurando “esquemas explicativos equilibrados” e as notícias falsas se utilizam dessa necessidade. À medida que esse sistema “explicativo” vai sendo repassado, mais convincente ele tende a parecer, pois acabamos por receber a mesma informação de várias fontes, no caso da nossa análise, por vários grupos ou contatos do WhatsApp. Essa repetição, vindo de pessoas que estão dentro da nossa mesma bolha tem um poder de demonstrar como a “unanimidade” pode perturbar até mesmo convicções.

Mais um ponto a ser discutido, ainda sobre a repetição, é a questão de o boato ser uma informação em que desejamos acreditar. Tomemos como exemplo, o rumor sobre a intervenção militar. Muita gente era a favor da saída de Michel Temer da Presidência da República. Para não ficarmos fora da bolha e nem parecemos passivo perante a comunicação, procuramos reforçar esse boato, seja de forma consciente ou inconsciente, com detalhes, suposições ou recordações. Também dentro dessa perspectiva, temos o colapso da confiança nas fontes oficiais, inclusive sobre a própria imprensa. Exatamente quando a confiança nas instituições é mais requerida, diante de tantas inverdades disseminadas, essas mesmas instituições quando não estão criando as *fake news*, servem de agente propagador. Para D’Ancona, vivemos um momento de “fragilidade institucional”:

As instituições da sociedade agem como anteparos. São os órgãos que encarnam seus valores e suas continuidades. Lançar luzes sobre seus fracassos, sua decadência e seu colapso absoluto é intrinsecamente perturbador. Mas isso não é tudo. A pós-verdade floresceu nesse contexto, quando os firewalls e os anticorpos (misturando metáforas) se enfraqueceram. Quando os supostos fiadores da honestidade vacilam, o mesmo acontece com a verdade (D’ANCONA, 2018, p. 45).

Como já citamos, a condensação de informações, diante da sobrecarga de notícias, na necessidade de estar ‘antenado’ e do pouco tempo disponível para isso, têm feito com que as redes sociais online sejam a principal fonte de informação. Porém, apesar de vários exemplos de veículos de comunicação terem produzido e/ou disseminado notícias falsas, algumas vezes

eles são usados para ratificar um boato como foi o caso da utilização de um trecho do Jornal das Dez, da Globo News, sobre o bloqueio do WhatsApp. Esse recorte foi tido como verdadeiro, porque muita gente não chegou a assistir ao vídeo até o final, e até nem sequer clicou no link, vendo apenas a imagem que falava do bloqueio do aplicativo, mas que estava fora do contexto.

Análise da estética visual

Muitas das *fake news* têm seguido um padrão em sua construção visual. Dentro dele está o exagero. Ele é necessário para manter o efeito surpresa e fazer não declinar o interesse pelo conteúdo. Mas, como lembra KAPFERER (1993, p. 102), “a noção de exagero é muito subjetiva e nenhum boato é exagerado demais para alguém que receia o pior”. O autor também afirma que diante de situações de tensão emocional, o exagero é produto dessa tensão e não um acontecimento acidental. Foi exatamente o que trazem os boatos selecionados para a análise. Esse exagero não estava apenas na subjetividade do conteúdo, mas nas palavras, nas expressões, nos testemunhos, na evocação, distorção, nivelção e acentuação dos fatos. No caso da linguagem, as palavras têm cunho apelativo, com expressões em caixa alta, títulos impactantes. Nos exemplos discutidos, temos, por exemplo, termos como ‘Urgente’ e ‘Clamor’.

Outra característica que podemos apontar é que as falsas informações são textos curtos, que chegam sem fonte e sem data. Quando surge um testemunho, como aconteceu com o General Villas Boas, ele não procede. Essa técnica de atribuição está dentro de um grupo de “provas” para ratificar o conteúdo.

A evocação é outro ponto considerado frequente. ‘Assistam o vídeo’, ‘vamos divulgar rápido’ e ‘compartilhem por favor’ são algumas das sentenças que mais aparecem e estão presentes na amostras selecionadas.

Há ainda nessas construções um *mix* de informações verdadeiras com falsas. As informações verdadeiras tendem a estarem no começo do texto e as falsas entre o meio e o final. Assim o agente propagador não termina a leitura e já a compartilha, pois até onde leu a informação realmente estava correta.

Ainda podemos citar dois outros aspectos: a nivelção e a acentuação. O que unem esses dois atributos é que muitas vezes são utilizados por meio de dados e informações detalhadas. É o que ocorreu na *fake news* sobre a intervenção militar. Havia explicações sobre

operações secretas do Exército para derrubar o atual governo e que a Constituição Federal prevê “prazo de 7 dias e 6 horas de paralisação para que o Exército assumo o poder”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitas das técnicas usadas na construção da *fake news* durante a greve dos caminhoneiros advêm da produção jornalística. A proximidade, o “suíte”, a tragédia, o impacto, a polêmica, a curiosidade e a proeminência são alguns dos valores-notícia usados na construção das notícias falsas no recorte de exemplos desta análise.

A estruturação em que as notícias falsas fazem uso da narrativa jornalística, para alcançar os mais variados propósitos, fornece ao menos duas importantes premissas teórico-conceituais a esta investigação. Primeiro, sublinha-se a relação entre as dimensões da narrativa e a vida cotidiana, ou, mais especificamente, da hipótese teórica de que um padrão narrativo somente se difunde socialmente quando encontra respaldo em um padrão cultural mais abrangente, e isso inclui a própria imprensa. Se o “dizer” dos jornalistas constrói sentidos sobre a realidade e, como tanto pleiteia o símbolo de mediador da realidade, indica o que seria normal, anormal, desejável e adequado, quando essas *fake news*, se vestem de jornalismo, acabam causando o mesmo efeito, porém podem levar a consequências devastadoras.

O segundo ponto é a regularidade do *modus operandi* na composição e apresentação no plano narrativo. Esse *modus operandi* se expressa não apenas nos limites do conteúdo, mas na configuração estético-expressiva e no modo como se utiliza da força e impacto das redes sociais digitais, em especial do WhatsApp.

O que sabemos por enquanto, com maior certeza, é que as *fake news* são decorrentes, assim como as notícias de um movimento de forças exterior, que muitas vezes não só repercute no texto, áudio ou vídeo, mas o constitui e não pode ser separado dele.

Concluimos até o momento que circulação de falsas notícias tem levado a uma banalização da mentira e à negação da verdade. 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. Saber exige tempo, esforço e disciplina e nem todos estão dispostos a isso, principalmente quando há quem (os algoritmos e filtros-bolha) ofereça o que se quer de forma rápida e prática.



REFERÊNCIAS

- A era da pós verdade: realidade versus percepção. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, mar. 2017. Disponível em: https://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf. Acesso em: 05 abril de 2018.
- ALLPORT, G. W.; POSTMAN, L. *The psychology of rumour*. New York: Henry Holt & Co., 1947.
- ANDERSON, C. W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo Pós-industrial: **Adaptação aos novos tempos**. Dossiê publicado na revista de Jornalismo ESPM em junho de 2013.
- BARTLETT, Bruce. *The Truth Matters: A Citizen's Guide to Separating Facts from Lies and Stopping Fake News in Its Tracks*. New York: Ten Speed Press, 2017.
- D'ACONA, Matthew. *Pós-Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. Tradução Carlos Szlak. 1ª edição. Barueri, SP: Faro Editorial, 2018.
- DIFONZO, N. O poder dos boatos: **como os rumores se espalham, ditam comportamentos, podem ser administrados e por que acreditamos neles**. Rio de Janeiro. Ed.Campus. 2009.
- GARCIA, Marc A. Fake News: **La verdad de las noticias falsas**. 1ª edição. Barcelona: Plataforma Editorial, 2018.
- GIEBER, W. (1964) News is what newspaper men make it. In: DEXTER, L. A.; WHITE, D. M. *People, society and Mass Communication*. New York: Free Press, pp. 173-180.
- GOLDMAN, A.. *Knowledge in a Social World*. Oxford, Oxford University, 1999.
- JENKINS, H., FORD, S.; GREEN, J.. *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. Tradução de Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.
- KAPFERER, Jen-Nöel. *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.
- LAGO, Cláudia; BENETTI, Márica. *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- MCNAIR, Brian. Fake News: **Falsehood, Fabrication and Fantasy in Journalism**. 1ª edição. New York: Routledge; 2017.
- PARISER, E. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. The Pinguim Press. New York. 2011.
- SUNSTEIN, Cass. *A verdade sobre os boatos – como se espalham e como acreditamos neles*. Rio de Janeiro: ELSEVIER, 2010.