

Thiago Silva



**BOLSONARO E A COVID-19:
DESMASCARANDO A DESINFORMAÇÃO**

THIAGO SILVA

BOLSONARO E A COVID-19:
desmascarando a desinformação



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ

Reitor

Gildásio Guedes Fernandes

Vice-Reitor

Viriato Campelo

Superintendente de Comunicação Social

Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho

Diretor da EDUFPI

Cleber de Deus Pereira da Silva

EDUFPI - Conselho Editorial

Cleber de Deus Pereira da Silva (presidente)

Cleber Ranieri Ribas de Almeida

Gustavo Fortes Said

Nelson Juliano Cardoso Matos

Nelson Nery Costa

Viriato Campelo

Wilson Seraine da Silva Filho

Projeto Gráfico. Capa. Diagramação. Revisão.

Thiago Henrique de Jesus Silva

FICHA CATALOGRÁFICA

Universidade Federal do Piauí

Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Educação

Serviço de Representação da Informação

S586b Bolsonaro e a Covid-19: desmascarando a desinformação
/ Thiago Silva. Teresina: EDUFPI, 2023.
292 p.

ISBN: 978-65-5904-262-3

1. Análise do discurso. 2. Agência Lupa. 3. Desinformação.
4. Pandemia Covid-19. I. Silva, Thiago. II. Título.

CDD: 401.41

Bibliotecário: Hernandes Andrade Silva – CRB-3/936



Editora da Universidade Federal do Piauí – EDUFPI
Campus Universitário Ministro Petrônio Portella
CEP: 64049-550 - Bairro Ininga - Teresina - PI – Brasil



“Sempre há algo mais ou menos fake em toda linguagem”

Sleeping Giants

AGRADECIMENTOS

Aos professores

Nilsângela Cardoso, Juliana Teixeira, Carolina dos Reis, Thamyres Sousa, Allysson Viana e Vinícios Serrão.

Aos meus pais

Francisca e Sebastião.

SUMÁRIO

PREFÁCIO 09

Juliana Fernandes Teixeira

APRESENTAÇÃO 12

Nilsângela Cardoso Lima

ENUNCIADOS INICIAIS 18

1 *FAKE NEWS*, PÓS-VERDADE E A LUTA CONSTANTE PELA VERDADE EM TEMPOS DE DESINFORMAÇÃO 28

1.1 Entendendo a conjuntura política das *fake news* na era da pós-verdade 38

1.1.1 CPI das *fake news* e da COVID-19: disputas políticas 49

1.2 Pós-verdade: o contexto da desinformação 55

1.2.1 *Fake news*: debates acerca do fenômeno social 77

1.2.2 *Fake news* e recirculação: o fluxo das informações falsas na rede 93

2 O *FACT-CHECKING* E O USO DA CHECAGEM NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO 115

2.1 O *fact-checking* no combate à desinformação na era da pós-verdade 120

2.2 Quem é a *Lupa*? 135

2.3 *Lupa* e COVID-19: a verificação no combate a desinformação 148

3 *FAKE NEWS* E A COVID-19: O COMBATE À DESINFORMAÇÃO A PARTIR DOS DISCURSOS DE BOLSONARO 159

3.1 Alguns apontamentos teóricos e metodológicos da Análise de Discurso Crítica 169

3.1.1 Discurso 176

3.1.2 Intertextualidade e interdiscursividade 197

3.1.3 Avaliação 214

3.1.4 Modalidade 221

3.1.5 Ideologia e hegemonia 226

ENUNCIADOS FINAIS 255

REFERÊNCIAS 271

AUTOR 292

PREFÁCIO

No dia 7 de maio de 2023, um homem de 49 anos chamado Osil Vicente Guedes foi espancado até a morte depois de uma *fake news* que o acusava de roubar uma moto. Horas depois, o dono do veículo informou à Polícia Militar que havia emprestado a moto para Osil. Reforcemos: isso aconteceu no Brasil do ano de 2023. Mais precisamente no mês de maio, período em que a *internet* foi inundada por uma campanha das gigantes da tecnologia mundiais contra um projeto de lei brasileiro que visava justamente combater esse tipo de crime, entre outras medidas.

Esse cenário revela como a discussão sobre a desinformação é necessária e urgente: **as *fake news* podem matar!** Especialmente quando nos referimos a informações falsas sobre saúde, o que ocorreu bastante ao longo da pandemia da COVID-19, quando as *fake news* ajudaram a propagar, sobretudo a partir do medo e da preocupação, dados incorretos, imprecisos e/ou enviesados sobre as características da doença, suas formas de contágio e prevenção. O movimento antivacina ganhou ainda mais força, desconsiderando que essa é uma ação individual que impacta diretamente no coletivo.

No Brasil, o “Programa Nacional de Imunizações” é reconhecido internacionalmente, ainda assim, a desinformação fez com que algumas doenças reaparecessem nos últimos anos, como sarampo, poliomielite e

febre amarela. Essa nova conjuntura exigia que o Ministério da Saúde até criasse em 2018 um canal direto para desmentir as *fake news*, o “Saúde Sem *Fake News*”; em 2020, desenvolveu um *hotsite* com as informações oficiais sobre a COVID-19, obtendo o maior destaque na sua página principal. Hoje, o desafio é fazer com que os brasileiros percam o medo de se vacinarem com a dose bivalente e compareçam aos postos de saúde.

Tal contextualização é importante no presente Prefácio, a fim de que consigamos dimensionar a relevância da pesquisa desenvolvida por Thiago Henrique de Jesus Silva. Fruto da sua dissertação de Mestrado em Comunicação na Universidade Federal do Piauí (UFPI), orientada pela Profa. Dra. Nilsângela Cardoso Lima, o livro *Bolsonaro e a COVID-19: desmascarando a desinformação* tem o desafio de fortalecer as discussões acadêmicas da área sobre essa temática que discutimos até aqui.

Afinal, a desinformação é um risco e, ao mesmo tempo, ela é política. As *fake news* afetam a saúde dos indivíduos e, ao mesmo tempo, a da sociedade enquanto coletividade. Essa questão precisa cada vez mais ser estudada, compreendida e analisada em suas minúcias, a fim de que possamos combatê-la em suas raízes. É verdade que se trata de uma problemática com múltiplas dimensões. É aí que se encontra um dos méritos do livro de Thiago Silva: explorar conceitualmente esse fenômeno tão complexo e, muitas vezes, abordado de maneira rasa. Aqui, são propostas discussões aprofundadas sobre conceitos centrais como desinformação, *fake news* e *fact-checking*.

Além disso, é conferido destaque ao uso político dessas estratégias (às vezes perigosas e potencialmente mortais) em tempos de COVID-19 no Brasil, sobretudo a partir dos discursos do então presidente Jair Messias Bolsonaro. De 2020 até março de 2023, já podem ser contabilizadas 699.634 mortes por COVID-19, segundo dados do Ministério da Saúde.

Quase 700 mil brasileiros morreram a partir de uma doença que poderia ter sido abordada de uma maneira mais informativa e precisa pelo Governo Bolsonaro.

Nesse sentido, a pesquisa de Thiago Silva não traz apenas (o que já é bastante) um contributo científico e teórico, conforme descrito até aqui, mas se torna também uma demonstração de resistência de quem continuou produzindo ciência em um período histórico tão conturbado, mordaz e triste em nosso país. Que a publicação deste livro represente o prenúncio de tempos melhores para a comunicação, para a política e para a saúde da sociedade brasileira.

Profa. Dra. Juliana Fernandes Teixeira

Universidade Federal do Piauí - UFPI

Maio 2023, Teresina - Piauí

APRESENTAÇÃO

Março de 2020. A pandemia da COVID-19 foi decretada como estado de calamidade pública no Brasil, mas desde dezembro de 2019, noticiários alertavam para casos de pneumonia na cidade de Wuhan. O que inicialmente parecia uma simples gripe logo se revelou uma doença perigosa e fatal. A nova cepa do *Coronavírus* (SARS-CoV-2) desafiava a ciência e, à medida que afetava a população, causou impacto em diversos setores, como economia, saúde, educação, política, entre outros. Sem um tratamento eficaz conhecido para o novo *Coronavírus*, medidas como o isolamento social, o uso de máscaras de proteção individual e a utilização de álcool 70% tornaram-se obrigatórias. O período de isolamento prolongou-se por mais de dois anos.

De 2020 a 2023, muitos eventos ocorreram. Algumas pessoas perderam familiares e/ou amigos, enquanto outras sobreviveram ao vírus. A vida cotidiana mudou, as rotinas de trabalho foram alteradas e muitos estabelecimentos comerciais fecharam suas portas. As novas Tecnologias de Informação e Comunicação assumiram um papel de destaque. Os lares foram transformados em escritórios domésticos. De modo geral, toda a

população mundial foi afetada, direta ou indiretamente, pela pandemia da COVID-19. As perdas foram incalculáveis, mesmo com os noticiários de TV, portais de notícias e as estatísticas divulgadas diariamente pelo consórcio de veículos de imprensa que informavam o número de mortos e a ocupação dos leitos hospitalares. Os registros de mortes, miséria, superlotação das unidades de terapia intensiva, falta de oxigênio e filas de espera por atendimento médico na porta dos hospitais, além do fechamento do comércio, indústria e escolas, chocaram o mundo.

Apesar disso, há quem argumente que nem tudo foi negativo durante a pandemia da COVID-19. E eles não estão totalmente equivocados. Diante do caos, a sociedade teve que se adaptar e encontrar formas de sobrevivência e proteção. Os dispositivos móveis revelaram-se ferramentas essenciais tanto para o trabalho quanto para o lazer. Compras e vendas *online*, aulas remotas, transmissões ao vivo, telemedicina e conversas cotidianas por meio de chamadas de vídeo tornaram-se comuns. As telas substituíram as interações presenciais face a face. Afinal, os decretos de isolamento social, embora questionados por alguns, contribuíram para que as pessoas permanecessem em casa, com apenas os serviços considerados essenciais em funcionamento.

Para além da pandemia da COVID-19, o Brasil tinha outro problema para enfrentar. O governo do ex-presidente Jair Bolsonaro se revelou inepto para resolver a emergência da saúde pública que a cada dia se agravava no país. Ministros da Saúde, delegados para criar planos e políticas públicas que resolvessem o problema, entravam e saíam do órgão

como se estivessem num consultório médico quando o problema do paciente não é fácil de solucionar. O quadro crítico da “Pátria amada Brasil” derivava da orientação do próprio Bolsonaro, que não só satirizou a doença, denominando-a de uma “gripezinha”, como também se colocou contrário às medidas sanitárias de contenção do avanço do novo *Coronavírus* e à ciência. Negacionista, a política do governo bolsonarista provocou um impacto tão grande quanto a própria pandemia, pois, com o vírus, também se espalhavam *fake news*.

A desinformação fez parte da cultura política do governo Bolsonaro. O que não era uma particularidade sua, ao levar em conta o comportamento do ex-presidente norte-americano Donald Trump, que sustentou uma “máquina” de produção e circulação de *fake news*. Guardadas as devidas diferenças entre os dois governantes, Bolsonaro criou estratégias discursivas para convencer parte da população de que estava certo e, dentro do contexto de pós-verdade, questionou a ciência e o jornalismo por meio da proliferação de informações falsas. Prática já adotada por ele desde 2018, quando venceu as eleições com a ajuda da circulação de *fake news*.

A contextualização feita até aqui serve para ambientar o leitor do livro *Bolsonaro e a COVID-19: desmascarando a desinformação*, de Thiago Silva. Obra escrita nesse ambiente de inquietações e incertezas de várias ordens. Ela é também uma prova de resistência ao padecimento da pandemia da COVID-19 e pelo governo Bolsonaro, que, ao cortar verbas para a pesquisa nas universidades brasileiras, não conseguiu deter sua

produção. Pesquisadores e pesquisadoras, a exemplo de Thiago Silva, produziram bons trabalhos. E este é um dos resultados da pesquisa desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Piauí - UFPI, no período de 2021 a 2023, que demonstra a perspicácia e uma análise crítica dos discursos proferidos sobre a COVID-19 pelo ex-presidente Bolsonaro no ano de 2020, os quais foram checados pela *Agência Lupa*.

A escrita de Thiago Silva foi atravessada pelo contexto da pós-verdade, terreno fértil para a produção e circulação da desinformação. *Fake news*, desinformação e pós-verdade são conceitos cruciais discutidos pelo autor, numa demonstração de maestria e de domínio dos teóricos que utiliza ao longo do texto. Afora estes conceitos, a Análise de Discurso Crítica (ADC) foi adotada como teoria e metodologia da pesquisa, servindo de base para analisar o material empírico formado pelos discursos políticos de Bolsonaro sobre a COVID-19 em 2020, os quais foram checados como falsos pela *Agência Lupa*.

Estruturada em três capítulos, a presente obra revela um pesquisador inquieto e interessado em questionar o *status quo* e incomodar os espíritos “deitados eternamente em berço esplêndido”. Numa época em que o ódio como política ganha espaço, que as teorias da conspiração ao lado das *fake news* e dos algoritmos tendem a influenciar as eleições e a opinião pública, e que a “arte da mentira está abalando as próprias fundações da democracia e do mundo como o conhecemos”, como assegura Matthew D’Ancona (2018), Thiago Silva traz uma reflexão crítica

sobre a pretensa institucionalização de discursos falsos por políticos, como Bolsonaro. Da mesma forma, o pesquisador aponta para o questionamento da ciência e do jornalismo, e, conseqüentemente, para a resposta dos sujeitos sociais que, nas diversas instituições, buscam combater a desinformação, que age como um desserviço para a sociedade.

Em um período em que a própria Instituição de Ensino Superior foi colocada em xeque pelo então Ministro de Educação da gestão bolsonarista, Abraham Weintraub, que afirmou que nas universidades se fazia “balbúrdia”, a resposta foi imediata. A “balbúrdia” alegada revelou a sua verdadeira face: o desenvolvimento de pesquisas sérias que comprovam que o investimento na Educação vale cada centavo. Esta obra, que contou com o financiamento da CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), é mais um exemplo do retorno social do investimento nas pesquisas no Brasil, na grande área da Comunicação e Informação.

Que esta obra alcance os mais diversos leitores e leitoras, pesquisadores e pesquisadoras e, em conjunto, contribuam no combate à desinformação por meio do olhar crítico. Um olhar de que pretende resistir às mais díspares adversidades e que jamais aspira silenciar. *Bolsonaro e a COVID-19: desmascarando a desinformação*, de Thiago Henrique de Jesus Silva, trata-se, portanto, de uma escrita independente, ousada e, como o próprio autor a define, sem crenças. A todos, todas e todes, votos de uma leitura transgressora e de resistência!

Profa. Dra. Nilsângela Cardoso Lima

Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí
Professora Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em História do
Brasil/UFPI.

ENUNCIADOS INICIAIS

Durante o governo de Bolsonaro e em meio à pandemia da COVID-19, realizei uma dissertação que resultou na elaboração deste livro. Embora tenha sido um período de grande instabilidade e incertezas, busquei apresentar as informações de forma clara e didática para poderem ser compreendidas pelo maior número possível de pessoas. Espero que o presente livro possa contribuir para a compreensão da instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro sobre a COVID-19 em 2020 em contexto de pós-verdade. Diante do contexto de pandemia e das controvérsias políticas no país, entendo que o papel do pesquisador é ainda mais crucial. É necessário fornecer análises objetivas e críticas sobre a situação atual para contribuir para a tomada de decisões informadas.

A pandemia de COVID-19 transformou o mundo em uma escala sem precedentes, mudando como vivemos, trabalhamos e nos relacionamos. No entanto, a disseminação do vírus não foi a única ameaça à saúde pública - a desinformação política sobre a pandemia também se tornou um grande problema.

A desinformação política é um problema sério que afeta muitas áreas da sociedade e tem se tornado ainda mais evidente durante a

pandemia de COVID-19. A desinformação política pode ser definida como informações divulgadas de forma intencionalmente enganosa ou imprecisa, visando influenciar a opinião pública ou ganhar vantagens políticas.

A pandemia de COVID-19 trouxe um ambiente propício para a disseminação da desinformação política. Desde o início da pandemia, surgiram informações falsas e teorias da conspiração relacionadas ao vírus e à sua origem. Alguns afirmaram que o vírus foi criado em laboratório e propositalmente liberado para prejudicar determinados países. Outros afirmaram que a pandemia não era real e as medidas de isolamento social eram apenas uma forma de controle social. Tudo isso gerou desconfiança em relação aos especialistas em saúde e às instituições científicas, o que prejudicou a resposta à pandemia.

O Brasil foi um dos países em que a desinformação política em torno da pandemia de COVID-19 se tornou mais evidente, especialmente por conta do posicionamento do ex-presidente Jair Bolsonaro. Desde o início da pandemia, Bolsonaro minimizou a gravidade da doença e questionou as medidas de isolamento social, mesmo com as evidências científicas contrárias.

Bolsonaro também promoveu tratamentos sem comprovação científica, como a cloroquina e a hidroxicloroquina, apesar das advertências de especialistas e da Organização Mundial da Saúde (OMS). Além disso, Bolsonaro foi um dos principais promotores de teorias da conspiração sobre a pandemia, sugerindo que o vírus foi criado em laboratório ou que sua gravidade era exagerada pelos governos.

Tais atitudes de Bolsonaro acabaram gerando um ambiente de desconfiança em relação às instituições científicas e de saúde pública, o que prejudicou a resposta do país à pandemia e agravou a crise sanitária. A disseminação da desinformação política por Bolsonaro e outros líderes

políticos também contribuiu para o aumento da polarização política e a diminuição da confiança nas instituições públicas.

Diante deste contexto, neste livro, pretendo apresentar uma análise sobre a instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em 2020 a partir da checagem da *Lupa* em contexto de pós-verdade. Em 2020, o mundo se deparou com a chegada da pandemia causada pelo *Coronavírus*. Logo, a quarentena foi instaurada por meio de decretos com medidas sanitárias que visavam conter a disseminação da SARS-CoV-2 na população em geral. Neste cenário pandêmico, as mídias digitais foram potencializadas como meio de socialização e compartilhamento de conteúdo, bem como as Tecnologias da Informação e Comunicação foram cada vez mais inseridas no cotidiano social, através do trabalho *home office*, aulas *online*, *lives*, compras pela *internet* e aplicativos, entre outros. As nossas vidas em torno da tela de *smartphones* e computadores foram ampliadas pelo isolamento social, dando início ao que passou a ser denominado como o novo "normal".

Os primeiros alertas sobre a COVID-19 surgiram em 31 de dezembro de 2019 pela OMS, quando compartilhou casos de pneumonia em Wuhan, na província de Hubei, na República Popular da China. Foi descoberto que se tratava de uma nova variação do coronavírus, a SARS-CoV-2, que até então nunca havia sido identificada em seres humanos. Foi somente em 11 de março de 2020 que a OMS classificou a COVID-19 como uma pandemia, reconhecendo surtos de contaminação do vírus em diversos países e regiões do mundo. Até então, o Brasil acumulou mais de 686 mil óbitos e mais de 34 milhões de infectados. Em 2020, o número de óbitos foi de 194.949 e, em 2021, foi de 195.848, indicando um aumento nas mortes anualmente. Os anos de 2020 e 2021 são considerados os mais críticos da pandemia.

Jair Bolsonaro, eleito presidente do Brasil em 2018 com uma campanha que se baseou em uma forte presença nas redes sociais digitais, encontrou um terreno fértil para disseminar discursos negacionistas sobre o vírus SARS-CoV-2. Desde o início da pandemia, Bolsonaro questionou a ciência e minimizou a gravidade da doença, rejeitando medidas sanitárias recomendadas por especialistas em saúde, governadores e prefeitos. O discurso negacionista de Bolsonaro em relação à COVID-19 logo ganhou repercussão nas redes sociais digitais, com a disseminação de *fake news* e campanhas que desacreditaram os protocolos sanitários de combate à pandemia.

As atitudes de Bolsonaro, que seguiu uma estratégia semelhante à adotada por Donald Trump nos Estados Unidos, contribuíram para o fortalecimento e a legitimação das agências de *fact-checking*, que verificam informações por meio de um processo de checagem de fatos e inibem a desinformação. No entanto, a disseminação da desinformação política por líderes políticos como Bolsonaro, que têm grande influência na sociedade brasileira, prejudicou a resposta do país à pandemia e agravado a crise sanitária, além de contribuir para o aumento da polarização política e a diminuição da confiança nas instituições públicas.

Na atualidade, vivemos em uma era da pós-verdade, na qual a ciência é vista com suspeição e a razão cede lugar para a emoção. Nesse contexto, a verdade é relativizada e muitas vezes banalizada, enquanto a desinformação se dissemina por meio de *fake news*, teorias conspiratórias e discursos de ódio. Na política, as *fake news* e os algoritmos se tornaram poderosas armas nas campanhas eleitorais, especialmente no século XXI, com a popularização da *internet* e das mídias digitais.

O avanço da *internet* e das mídias digitais também promoveu o surgimento de novas mídias, atores e consumidores de conteúdo, o que

conferiu maior protagonismo às informações falsas e chegou a ameaçar o funcionamento das democracias e do jornalismo contemporâneo, como destacam Canavilhas e Ferrari (2018). Diante desse cenário, as principais agências de checagem do mundo construíram uma trincheira para combater as *fake news*, que são informações deliberadamente falsas ou enganosas que se espalham rapidamente nas redes sociais digitais e outras plataformas *online*.

No Brasil, a disseminação de *fake news* na política ganhou grande repercussão durante as eleições presidenciais de 2018, quando Jair Bolsonaro foi eleito presidente com uma campanha baseada em informações falsas e teorias conspiratórias disseminadas pelas redes sociais digitais. A situação se agravou com a pandemia de COVID-19, quando Bolsonaro passou a questionar as medidas de isolamento social recomendadas por especialistas em saúde e a promover tratamentos sem comprovação científica, como a cloroquina.

As agências de checagem têm um papel fundamental no combate à desinformação política, mas é importante que a sociedade esteja consciente dos riscos da disseminação das *fake news* e se esforce para buscar informações confiáveis e precisas, de fontes reconhecidas e respeitadas. Além disso, é necessário que as instituições públicas e a mídia trabalhem juntas para verificar informações e divulgar notícias precisas e confiáveis, a fim de minimizar os efeitos negativos da desinformação política na saúde pública e na democracia.

No contexto atual, é evidente a importância dos serviços prestados pelas agências de checagem de informações, que se consolidaram no país durante a pandemia. Essas ações, conhecidas como *fact-checking*, consistem em verificar informações por meio de um processo de checagem para determinar se são fatos ou *fake news*. É possível observar que o

crescimento das agências de *fact-checking* foi marcado pelo aumento da circulação de *fake news* sobre a pandemia da COVID-19, principalmente por políticos como Bolsonaro e Trump, levantando a seguinte questão: **Como se deu a instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em contexto de pós-verdade?** De forma geral, pretende-se analisar a instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro por meio dos seus discursos políticos sobre a COVID-19 em 2020 a partir das checagens da *Agência Lupa*. Especificamente, a pesquisa tem em vista entender o papel da *Lupa* no combate à desinformação no Brasil durante a pandemia da COVID-19, caracterizar a influência da *Lupa* no jornalismo em tempos de crise de credibilidade devido às *fake news*; e entender como o contexto de desinformação e pós-verdade influenciou na produção e proliferação de *fake news*.

A escolha da agência *Lupa* se deveu ao seu pioneirismo no combate à desinformação através do *fact-checking* e na promoção da educação midiática no Brasil, por meio de sua presença nas redes sociais digitais, *podcasts* e treinamentos para estudantes. Desde 2015, quando se tornou a primeira agência de checagem no país, a *Lupa* atua em diversos temas, incluindo política, economia, cultura, educação, saúde e relações internacionais. Com inúmeros seguidores em suas plataformas digitais, com mais de 500 mil no Instagram, a agência continua sendo referência na área de checagem de informações.

Na conjuntura atual, marcada pela disseminação de informações falsas e pela pós-verdade, o ex-presidente Bolsonaro prejudicou a sociedade ao compartilhar conteúdos inverídicos em relação à COVID-19. Entre outras coisas, ele defendeu o uso da cloroquina, cuja eficácia não é consenso entre cientistas e médicos, sustenta que a máscara é ineficaz e

minimiza a gravidade da doença, chamando-a de “gripezinha”. Conforme estudo realizado pelo Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais da Universidade Federal de Pelotas em 2021, houve um aumento de *fake news* após as falas de Bolsonaro em emissoras de televisão. Quando uma realidade discursiva falsa é compartilhada e consolidada, ela acaba contribuindo para a despolitização dos eleitores, afetando sua capacidade de distinguir o que é verdadeiro ou falso.

A pesquisa que gerou este livro se concentra na análise dos discursos de Jair Bolsonaro que receberam maior destaque durante o ano de 2020, considerado o auge da pandemia do *Coronavírus*. Nesse contexto, a instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em 2020 a partir da checagem da *Lupa* em contexto de pós-verdade, à luz do conceito de pós-verdade proposto por D’Ancona (2018) e Keyes (2018), das noções de *fake news* e desinformação abordadas por Segurado (2021), Teixeira (2018) e Keyes (2018), e da perspectiva crítica discursiva descrita por Fairclough (2019).

O *corpus* da pesquisa é composto por dez *fake news* divulgadas por Bolsonaro sobre a COVID-19 em 2020, com ênfase em informações sobre o uso da cloroquina, a ineficácia das máscaras, a comparação do *Coronavírus* com uma gripezinha e a alegação de que pacientes assintomáticos não transmite a COVID-19, todas checadas pela *Lupa*. Para a análise do material empírico e documental, a metodologia adotada é a Análise de Discurso Crítica (ADC), na perspectiva de Fairclough (2019), que retira o discurso da centralidade das análises e o coloca como uma prática social.

O discurso, segundo Fairclough (2019), é construído e constituído socialmente, estabelecido por meio de uma relação dialética entre a prática discursiva e a sociedade. É necessário enxergar o discurso como um

dispositivo de poder, pois, em sua construção, são inculcadas ideologias, crenças, desejos, entre outros elementos. As *fake news*, por sua vez, são estabelecidas por meio de disputas enunciativas e relações assimétricas de poder, sendo instrumentos utilizados ideologicamente para atribuir ao falso uma conotação de verdade, conforme enfatizam Teixeira (2018) e Keyes (2018).

O presente livro está estruturado em três capítulos. O primeiro capítulo, intitulado “***Fake news, pós-verdade e a luta constante pela verdade em tempos de desinformação***”, apresenta os conceitos de *fake news* e pós-verdade e como esses dois fatores contribuem para a instalação de um caos informacional na sociedade. Para isso, são utilizados autores como D’Ancona (2018), Charaudeau (2022), Santaella (2019), Segurado (2021) e outros. Ademais, é realizado um breve ensaio acerca da classificação do conceito de verdade, abordando filósofos como Nietzsche (2007), Foucault (2014) e Kant (1992). Cabe ressaltar que também será documentado o processo da CPI das *fake news* e da COVID-19.

No segundo capítulo, intitulado “***O fact-checking e o uso da checagem no combate à desinformação***”, são apresentados os debates que envolvem o conceito de *fact-checking*. Para isso, são utilizados autores como Santaella (2019), Seibert (2019), Graves (2016), Recuero (2022), Nobrega (2021) e outros. Em um segundo momento, é abordada a história da *Agência Lupa* e como essa organização enfrenta a desinformação por meio de técnicas e métodos baseados no *fact-checking*.

Já o terceiro capítulo, intitulado “***Fake news e a COVID-19: o combate à desinformação a partir dos discursos de Bolsonaro***”, apresenta uma análise crítica das principais *fake news* divulgadas por Bolsonaro durante o ano de 2020, quando a pandemia atingiu seu pico. Nesse contexto, são elucidadas as categorias da ADC utilizadas na

reflexão, tais como discurso, intertextualidade, modalidade, avaliação, ideologia e hegemonia.

É essencial que, diante dos desafios que enfrentamos, tenhamos o poder de unir esforços e promover um diálogo produtivo e respeitoso. A pandemia da COVID-19 afetou profundamente a saúde, a economia e a sociedade, e para superá-la é preciso que todos estejam engajados em buscar soluções e se adaptar a uma nova realidade. Nesse contexto, acredito que este livro possa contribuir para uma discussão mais embasada e fundamentada em evidências sobre a pandemia e as políticas adotadas para enfrentá-la. Espero que ele possa fomentar um debate plural e democrático, aberto a diferentes perspectivas e enriquecido pelo conhecimento científico e pelas experiências de vida.

Além disso, é importante ressaltar que a pandemia expôs e agravou muitas das desigualdades e injustiças presentes em nossa sociedade. O momento exige não apenas ações emergenciais para conter a propagação do vírus, mas também uma reflexão profunda sobre as estruturas sociais, políticas e econômicas que nos trouxeram até aqui.

Além da desinformação científica, a pandemia também foi marcada pela disseminação de desinformação política. Em muitos países, líderes políticos negaram a gravidade da crise, minimizaram a importância das medidas de prevenção e adotaram posturas contrárias às recomendações dos especialistas em saúde pública. Essa desinformação política criou confusão e divisões na sociedade, dificultando ainda mais a resposta adequada à pandemia. Muitas pessoas foram expostas a informações contraditórias e conflitantes, o que gerou desconfiança em relação às autoridades e às medidas adotadas para controlar a disseminação do vírus.

Como já mencionado, sabemos que Bolsonaro tem sido um dos principais divulgadores de *fake news* relacionadas à pandemia. Desde o

início da crise, ele minimiza a gravidade da doença, propagando informações falsas sobre tratamentos e medidas de prevenção e atacando as recomendações dos especialistas em saúde pública. Essa desinformação disseminada pelo ex-presidente e por seus seguidores prejudicou gravemente a resposta à pandemia no Brasil, tornando o país um dos mais afetados pela crise em todo o mundo.

Portanto, espero que este livro possa contribuir para promover um debate mais construtivo e baseado em evidências sobre a pandemia, ajudando a combater as *fake news* e a conscientizar a sociedade sobre a importância de se adotar medidas baseadas em evidências para enfrentar a crise.

Boa leitura e exercite a sua criticidade!

1. **FAKE NEWS, PÓS-VERDADE E A LUTA CONSTANTE PELA VERDADE EM TEMPOS DE DESINFORMAÇÃO**

“Conhecereis a verdade e a verdade vos libertará”

Essa frase é bastante conhecida na mitologia cristã e tem grande relevância na atualidade, onde as *fake news* estão se propagando cada vez mais. No entanto, paradoxalmente, a verdade está sendo suprimida e as pessoas estão deixando de lado os fatos em prol de crenças e emoções.

A busca pela verdade sempre foi uma preocupação do ser humano. Todos desejam um conhecimento seguro e confiável, um porto seguro para navegar nesse mundo tão complexo. No entanto, o que realmente é a verdade?

Em meio a tantas informações duvidosas e manipuladas, é importante que as pessoas saibam distinguir a verdade dos boatos e das mentiras. A verdade é essencial para tomarmos decisões acertadas, para compreendermos o mundo em que vivemos e para construirmos uma sociedade mais justa e democrática. Portanto, é fundamental que sejamos críticos em relação às informações que recebemos e que busquemos sempre fontes confiáveis e embasadas em dados. Somente assim

poderemos valorizar a verdade e libertar-nos das amarras da desinformação.

A questão da verdade sempre foi objeto de controvérsias e debates no campo acadêmico e filosófico. Isso se dá porque a verdade não é um conceito estático e unânime em sua classificação. Na verdade, o que é considerado verdadeiro em uma determinada época ou cultura pode ser questionado e contestado em outra. Isso se deve ao fato de que a verdade é influenciada por aspectos históricos, sociais e culturais que moldam as percepções e crenças das pessoas. Por exemplo, o que era considerado verdadeiro na Idade Média pode não ser visto como verdadeiro atualmente.

Além disso, a verdade pode ser vista de diferentes perspectivas, dependendo da abordagem teórica adotada. Na filosofia, por exemplo, existem diversas teorias sobre a natureza da verdade, como a teoria da correspondência, a teoria da coerência e a teoria pragmática.

É importante destacar que o debate em torno da verdade não é um fim em si, mas sim uma forma de provocar reflexões e questionamentos sobre nossas crenças e conhecimentos. Somente assim poderemos evoluir e construir uma sociedade mais justa e equilibrada, baseada em valores como a transparência e a honestidade.

É fundamental compreendermos que a busca pela verdade não é algo absoluto e definitivo, mas sim um processo contínuo e dinâmico. A verdade pode ser vista como um ideal a ser buscado, mas nunca alcançado em sua plenitude. Afinal, novas descobertas e novas perspectivas podem surgir a todo momento, o que pode colocar em xeque aquilo que antes considerávamos verdadeiro.

Nietzsche e Foucault são dois importantes filósofos que trouxeram reflexões críticas sobre a noção de verdade. Para Nietzsche (2007), a verdade é uma construção humana, uma ilusão criada para controlar e

adestrar as pessoas. Ele argumenta que a verdade é uma forma de transformar crenças em certezas e, dessa maneira, moldar a sociedade. Nietzsche (2007) também destaca que a verdade é uma questão de perspectiva e que cada indivíduo possui sua própria perspectiva sobre a realidade. Ele chama essa perspectiva de "vontade de poder", que é a força motriz por trás de todas as ações humanas.

Foucault (2014), por sua vez, argumenta que a busca pela verdade não é necessariamente a busca pela construção da verdade, mas sim a busca pela manutenção do poder ideológico. Segundo ele, o conhecimento é uma forma de poder, portanto, a verdade é utilizada como um instrumento de dominação. Além disso, Foucault (2014) destaca que cada época histórica tem sua própria classificação do que é verdadeiro, ou seja, a verdade não é nada absoluta e universal. Ele usa o conceito de "discurso" para explicar como as ideias são construídas e difundidas em uma determinada época, e como elas influenciam as relações de poder.

Nietzsche (2007) questiona a própria noção de verdade e destaca a importância da perspectiva individual na compreensão da realidade, enquanto Foucault (2014) enfatiza a relação entre verdade e poder, argumentando que a verdade é uma construção social e histórica que pode ser utilizada para dominar e controlar as pessoas. Ambas as visões oferecem uma importante reflexão sobre o papel da verdade na sociedade e sua relação com o poder.

Podemos entender que para Kant (1992), a verdade é uma relação entre o conhecimento e o objeto, e essa relação é estabelecida através de um critério seguro, universal e útil na aplicação. No entanto, em tempos de pós-verdade, em que as informações são manipuladas e distorcidas com frequência, surge um desafio para estabelecer esse critério de verdade e manter a relação consentida entre o conhecimento e o objeto.

As visões de Nietzsche (2007) e Foucault (2014) podem ser relacionadas com as *fake news* e a desinformação, enquanto destacam como a verdade pode ser manipulada e utilizada como uma ferramenta de poder ideológico. De fato, muitas *fake news* são criadas e disseminadas visando moldar a opinião pública e manter o poder em mãos de determinados grupos políticos ou econômicos.

Já a visão de Kant (1992) pode ser relacionada com a importância da busca pela verdade e da responsabilidade ética em relação à produção e disseminação de informações, especialmente em tempos de pós-verdade e desinformação. A reflexão kantiana nos convida a repensar a importância da objetividade e da busca pelo conhecimento verdadeiro, bem como a necessidade de estabelecer critérios confiáveis para avaliar a veracidade das informações que circulam na sociedade. Em outras palavras, a visão de Kant destaca a importância da ética na produção e disseminação de informações, o que pode ser visto como um contraponto à disseminação das *fake news* e da desinformação.

Para o campo da linguagem, conforme Charaudeau (2022, p. 21),

[...] a verdade encontra-se, portanto, na encruzilhada do que discurso diz sobre o mundo, em relação diz sobre o mundo, em relação com as condições de produção e de interpretação dos atos de fala e do jogo de influência recíproca que se instaura entre os parceiros dos atos de fala. O que nos remete à questão da veracidade.

A afirmação de que a verdade se encontra na encruzilhada do discurso e das condições de produção e interpretação dos atos de fala destaca a complexidade envolvida na busca pelo conhecimento verdadeiro. Não basta simplesmente declarar algo como verdadeiro ou falso, é

necessário entender as condições que levaram à produção desse discurso e como ele é interpretado pelos diversos atores sociais envolvidos.

Para Charaudeau (2022), a verdade é uma construção linguística, ou seja, é estabelecida através da linguagem utilizada pelo falante. Dessa forma, a linguagem desempenha um papel fundamental na construção da verdade, pois fornece critérios e categorias interpretativas de veracidade. Esses critérios, por sua vez, são subjetivos e dependem das condições de produção e interpretação dos atos de fala, bem como do jogo de influência que se estabelece entre os parceiros da comunicação.

Assim, pode-se afirmar que a verdade não é um conceito absoluto e universal, mas sim uma construção social e cultural que depende do contexto em que é produzida e interpretada. A linguagem, nesse sentido, desempenha um papel central na elaboração das categorias de comprovação de veracidade, que são interpretativas e subjetivas. Por isso, é importante considerar as condições em que a linguagem é produzida e interpretada, bem como os interesses e valores envolvidos nesse processo, para compreendermos como se estabelecem as noções de verdade e veracidade em determinado contexto social e cultural.

O debate acerca do conceito de verdade é fundamental para a compreensão de como a informação é produzida e disseminada em nossa sociedade. No entanto, é preciso ter em mente que esse debate não deve ser utilizado para promover a desinformação ou a propagação de *fake news*. Autores como D'Ancona (2018) alertam para que o pensamento crítico acerca da verdade pode, muitas vezes, resultar em um ambiente de pós-verdade, no qual a opinião é valorizada em detrimento dos fatos.

Os filósofos pós-modernos preferiam entender a linguagem e a cultura como “constructos sociais”; ou seja, fenômenos políticos que refletiam a distribuição de poder através de classe, raça,

gênero e sexualidade, em vez de ideais abstratos de filosofia clássica. E se tudo é um “constructo social”, então, quem vai dizer o que é falso? O que impedirá o fornecedor da “notícia falsa” de afirmar ser um obstinado digital, combatendo a “hegemonia” perversa da grande mídia? (D’Ancona, 2018, p. 85).

O argumento de D’Ancona (2018) é que autores pós-modernos contribuíram para um ambiente de pós-verdade e *fake news*, ao criarem um relativismo em torno da própria ideia de verdade. Segundo ele, essa postura pós-moderna enfraqueceu a noção de verdade, facilitando o surgimento da pós-verdade, uma vez que a verdade já não era mais vista como algo absoluto e universal.

No entanto, é importante destacar que essa posição é controversa, e muitos autores, como Segurado (2021), argumentam que a pós-verdade não é uma consequência direta do pensamento pós-moderno, mas sim de fenômenos sociais e políticos mais amplos. Além disso, a reflexão crítica acerca da verdade não deve ser vista como uma ameaça, mas sim como uma forma de questionar as narrativas hegemônicas e buscar uma compreensão mais profunda e contextualizada dos fatos.

Apesar de serem apontados como possíveis influenciadores do surgimento da pós-verdade, autores pós-modernistas e pós-estruturalistas não podem ser considerados produtores de *fake news* e teorias da conspiração. Pelo contrário, suas reflexões têm um papel importante na reflexão crítica sobre os discursos dominantes e os limites do conhecimento científico.

Nietzsche, Foucault e Baudrillard, por exemplo, são filósofos que desenvolveram um pensamento crítico profundo sobre a sociedade e as relações de poder que permeiam o conhecimento. Suas reflexões não podem ser simplificadas a um relativismo absoluto que nega a existência

da verdade, mas sim a uma crítica ao modo como a verdade é construída e utilizada no discurso científico e na sociedade.

Portanto, é importante entender que a reflexão crítica sobre a verdade e as relações de poder no conhecimento científico é fundamental, mas que isso não significa promover a desinformação ou a negação da existência da verdade. A complexidade dessas reflexões demanda um olhar atento e cuidadoso, a fim de evitar interpretações equivocadas e simplificações indevidas.

Nesse sentido, a crítica, o questionador espírito científico possibilita a condução ao novo. A problematização fundamentada em um conjunto de pressupostos e de evidência faz parte do debate do campo científico e essa dinâmica não tem nenhuma relação com o negacionismo científico observado no período histórico recente, como, por exemplo, a indagação desenvolvida pelos terraplanistas que negam evidências apresentadas sobre a esfericidade da Terra, um dos campos de estudo mais antigos, inaugurado pelos gregos aproximadamente em 300 a.C. (Segurado, 2021, p. 98).

O texto de Segurado (2021) destaca a importância de se promover a educação e o pensamento crítico como ferramentas para combater a desinformação em um contexto de pós-verdade. Segundo a autora, criminalizar o pensamento crítico pode ser perigoso, pois pode limitar a liberdade de expressão e, conseqüentemente, o avanço do conhecimento. Por isso, é necessário valorizar o debate e a crítica como formas de buscar a verdade, sem deixar de lado a responsabilidade de se verificar a veracidade das informações e buscar fontes confiáveis.

Para Segurado (2021, p. 17), o

negacionismo científico gera diversionismo, cria ambiente de perda de credibilidade nos procedimentos científicos, proporcionando uma espécie de suspensão dos parâmetros de realidade. E, frequentemente, gerando uma ambientação característica de realidade paralela, uma espécie de aversão ao conhecimento e apologia à ignorância, desconsidera fatos — ou, como dizia o ex-presidente Trump, apresentar fatos alternativos.

O negacionismo científico pode causar um problema grave na sociedade, gerando uma sensação de que os procedimentos científicos não são confiáveis e que não existe uma realidade objetiva. Isso pode levar a uma espécie de realidade paralela, em que fatos são desconsiderados e a ignorância é valorizada, como vimos na afirmação do ex-presidente Trump sobre "fatos alternativos".

É importante reconhecer que o conhecimento científico é uma ferramenta valiosa para o avanço humano e que, embora a ciência não seja infalível, é preciso respeitar seus métodos e resultados para garantir a credibilidade e a confiabilidade das informações científicas.

O negacionismo científico do governo Bolsonaro, em junho de 2020¹, teve como consequência a decisão de não divulgar² dados sobre óbitos e infectados pelo novo *Coronavírus*. Como forma de resposta a essa situação, surgiu o consórcio formado por veículos de imprensa de renome, que passaram a trabalhar juntos na divulgação dos números fornecidos pelas secretarias de saúde. Esse consórcio foi crucial para trazer clareza aos

¹ MORAES, Maurício. Brasil lidera desinformação sobre números de casos e mortes por COVID-19 no mundo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/brasil-lidera-desinformacao-sobre-numero-de-casos-e-mortes-por-covid-19-no-mundo.shtml>. Acesso em: jan. 2022.

² NOVAES, Marina. Governo Bolsonaro impõe apagão de dados sobre a COVID-19 no Brasil em meio à disparada das mortes. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-06-06/governo-bolsonaro-impoe-apagao-de-dados-sobre-a-covid-19-no-brasil-em-meio-a-disparada-das-mortes.html>. Acesso em: jan. 2020.

dados da pandemia no país e para combater o negacionismo científico que ganhou força nesse período.

O conceito de *agnotologia*, proposto por Proctor (2008), é utilizado por Segurado (2021) para explicar a construção intencional da ignorância, seja por motivos políticos ou culturais. Segundo Segurado (2021), a produção da ignorância social é um projeto econômico e político, que busca manter o *status quo* e preservar o poder de determinados grupos. Essa estratégia pode envolver a disseminação de informações falsas ou incompletas, a criação de dúvidas sobre fatos comprovados e a promoção do relativismo em relação à verdade. O combate a esse processo requer a valorização do conhecimento e da educação crítica, bem como o acesso a fontes confiáveis de informação.

Alguns grupos econômicos e políticos se beneficiam da ignorância social e as populações se tornam facilmente moduláveis por informações duvidosas. Significa dizer que o culto à ignorância não está necessariamente relacionado à falta de escolaridade, mas principalmente a interesses sociais, econômicos e políticos que pretendem manter parcela da população cada vez mais conectada a realidades paralelas (Segurado, 2021, p. 19).

A propagação da desinformação é um exemplo da produção da obediência social e tem sido utilizada como estratégia política pelo bolsonarismo no Brasil. Bolsonaro, o principal propagador dessa vertente política, utiliza *fake news*, teorias da conspiração e discursos de ódio para alcançar seus objetivos. Além disso, é importante destacar as ramificações do bolsonarismo, como Sérgio Moro e Olavo de Carvalho, que também utilizam essas táticas para influenciar a opinião pública. O uso intencional da desinformação é uma preocupação séria, pois pode levar a uma perda de

confiança nas instituições democráticas e na ciência, além de prejudicar a tomada de decisões informadas e responsáveis.

Cabe destacar que o bolsonarismo tem sido associado a um fenômeno mais amplo de ascensão da extrema-direita no mundo, que vem se consolidando em diferentes países. Além disso, o bolsonarismo é frequentemente associado à erosão democrática, uma vez que o governo Bolsonaro adotou medidas que enfraqueceram as instituições democráticas, como a liberdade de imprensa e os direitos humanos. Ainda assim, é importante ressaltar que o bolsonarismo possui uma base de apoio significativa no Brasil, que se mantém fiel às suas ideias e liderança, mesmo diante das críticas e denúncias de corrupção e autoritarismo (Boito Jr., 2019; Reis, 2020).

O bolsonarismo é um fenômeno político da extrema-direita que emergiu com a ascensão de Jair Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018. Ainda há divergências entre pesquisadores quanto ao conceito de "bolsonarismo", mas, em geral, ele é caracterizado por ideias conservadoras, nacionalistas e de extrema-direita, com ênfase na segurança pública, defesa da família tradicional, livre iniciativa e valores morais cristãos. Além disso, o bolsonarismo é marcado pela polarização política, discurso *anti-establishment* e utilização de estratégias de comunicação direta com seus apoiadores, principalmente pelas redes sociais digitais. No entanto, é importante destacar que o bolsonarismo tem sido alvo de críticas por promover discursos de ódio, disseminar *fake news* e atacar instituições democráticas, como a imprensa e o judiciário. A discussão sobre o conceito de "bolsonarismo" é abordada por pesquisadores como Boito Jr. (2019) e Reis (2020).

Para Segurado (2021, p. 79), é importante destacar que “a ação discursiva com base em informações falsas e distorcidas” se tornou cada

vez mais frequente na política brasileira, especialmente na extrema-direita. A utilização de *fake news* como ferramenta de manipulação política não é um fenômeno novo, mas ganhou força com o avanço das redes sociais digitais e da *internet*, que permitem a rápida disseminação de informações, mesmo que falsas. Nesse sentido, compreender o contexto em que as *fake news* surgem como estratégia política é fundamental para combater a desinformação e garantir a democracia.

1.1 Entendendo a conjuntura política das *fake news* na era da pós-verdade

De acordo com um estudo intitulado *Viral agnotology: COVID-19 denialism amidst the pandemic in Brazil, United Kingdom, and United States* realizado pela Universidade de São Paulo (USP), a disseminação de *fake news* afetou significativamente o Brasil durante a pandemia do COVID-19. O estudo revelou que o negacionismo científico e a instrumentalização política das *fake news*, principalmente pela extrema-direita liderada por Bolsonaro, contribuíram para esse cenário. Esse contexto preocupante agravou a crise sanitária e dificultou a adoção de medidas de prevenção e combate ao vírus, além de gerar desconfiança em relação às instituições científicas e governamentais.

O estudo apontou que as *fake news* sobre a pandemia no Brasil foram mais compartilhadas em redes sociais digitais do que informações oficiais e científicas, o que agravou a desinformação e dificultou o combate à pandemia. Além disso, a disseminação de *fake news* e teorias da conspiração também contribuíram para o aumento da resistência à vacinação no país, o que é preocupante para o controle da pandemia.

O cenário de disseminação de *fake news* no Brasil durante a pandemia contribuiu para um quadro de desinformação que ainda persiste, e que tem sido combatido por agências e departamentos de checagem em importantes portais de notícias, como a *Agência Lupa*, *Aos Fatos*, *Boatos.org*, *Comprova*, *E-Farsas*, *Estadão Verifica*, *Fato ou Fake* e *UOL Confere*. Essas iniciativas foram criadas visando aumentar a confiança na imprensa e combater a disseminação de informações falsas. No entanto, as *fake news* não só contribuem para a desinformação, mas também para a disseminação do discurso de ódio, que frequentemente ataca grupos marginalizados ou adversários políticos.

As agências e departamentos de checagem de fatos têm se mostrado cada vez mais cruciais para fornecer informações precisas e confiáveis à população. Além disso, a checagem de fatos também desempenha um papel importante na responsabilização dos indivíduos que disseminam informações falsas, já que muitas vezes resulta na remoção dessas informações das redes sociais ou na correção pelos meios de comunicação.

Entretanto, é importante destacar que a batalha contra a desinformação é um esforço constante, e a conscientização do público é fundamental para combatê-la. As pessoas podem contribuir para a disseminação de informações precisas ao verificar suas fontes e evitar compartilhar informações suspeitas ou não verificadas.

Ao observar a situação do Brasil durante a pandemia, podemos perceber que as *fake news* foram usadas para espalhar ideias falsas e criar desinformação. Essas informações enganosas eram usadas para normalizar a desinformação em um ambiente de comunicação já marcado por interesses e falta de envolvimento político, como aponta Fernandes (2019). Algumas pessoas acreditam que as *fake news* são criadas de propósito para enganar ou manipular as pessoas, ou para criar uma situação específica.

Essa questão foi alertada por Barack Obama em seu discurso de despedida da presidência dos Estados Unidos, em janeiro de 2017. Ele afirmou que “nos tornamos tão seguros em nossas bolhas que começaram a aceitar apenas informações - verdadeiras ou não - que correspondem às nossas opiniões, em vez de basearmos nossas opiniões nas evidências disponíveis³”.

Além de ser um problema no Brasil, as *fake news* são uma tendência global que afeta a democracia e a sociedade em todo o mundo. A propagação de informações falsas e desinformação pode causar consequências graves, como enfraquecer as instituições democráticas e espalhar teorias da conspiração que prejudicam a saúde pública. É importante que as pessoas verifiquem cuidadosamente a veracidade das informações antes de compartilhá-las nas redes sociais digitais ou outras plataformas *online*.

Correa e Bertocchi (2012) enfatizam a necessidade de dar um novo significado às informações transmitidas na era da informação. De acordo com esses autores, as pessoas atualmente estão enfrentando uma "crise do conhecimento", decorrente da valorização do conhecimento, mas que está desorganizada na *internet*.

O conceito de "crise do conhecimento" apontado por Correa e Bertocchi (2012) se relaciona diretamente com o cenário de desinformação que vivemos atualmente. Com o avanço da tecnologia e da *internet*, a quantidade de informações disponíveis aumentou significativamente, o que pode parecer positivo à primeira vista. No entanto, muitas vezes essas informações são contraditórias ou até mesmo falsas, gerando uma grande dificuldade para as pessoas distinguirem o que é verdadeiro do que é falso.

³ LEIA O DISCURSO COMPLETO DE BARACK OBAMA. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/mundo/leia-o-discurso-completo-de-despedida-de-barack-obama/13659/>. Acesso em: mar. 2022.

Uma alternativa para lidar com a crise do conhecimento na era da informação é a prática da curadoria, que envolve a seleção, análise e organização de conteúdos relevantes e confiáveis. A curadoria pode ser realizada por profissionais capacitados ou por indivíduos comuns, por meio do compartilhamento de informações de fontes confiáveis em suas redes sociais digitais.

Essa prática pretende filtrar informações falsas e irrelevantes, promovendo a disseminação de conteúdos que sejam relevantes e verdadeiros. Dessa forma, a curadoria pode ajudar a combater a desinformação, fortalecendo a confiança do público nas informações divulgadas.

No entanto, é importante destacar que a curadoria não deve ser vista como uma solução única para a crise do conhecimento. É fundamental que a conscientização e a educação das pessoas sobre como identificar e verificar fontes confiáveis também sejam incentivadas. Além disso, a atuação de agências de checagem de fatos e o uso de ferramentas tecnológicas para a identificação de *fake news* são medidas complementares que podem auxiliar na luta contra a desinformação.

Os boatos, fofocas, mentiras e lendas sempre existiram ao longo da história da humanidade. A novidade do século XXI é a rapidez e a amplitude com que as redes sociais digitais permitem a disseminação das chamadas "*fake news*", contribuindo para a propagação em larga escala de informações falsas e enganosas. É importante destacar que as *fake news* podem ter graves consequências sociais, políticas e até mesmo econômicas, portanto, é essencial que as pessoas estejam atentas e verifiquem cuidadosamente a veracidade das informações antes de compartilhá-las nas redes sociais digitais ou em outras plataformas *online*.

Um estudo conduzido pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts apontou que notícias falsas circulam 70% mais do que as verdadeiras⁴. O estudo utilizou como base mensagens compartilhadas no *X/Twitter* e seus resultados demonstram o impacto das redes sociais digitais na disseminação de desinformação. No Brasil, a *Ideia Big Data* realizou uma pesquisa em 2019, que revelou que dois em cada três brasileiros receberam *fake news* durante as eleições de 2018. Além disso, o estudo apontou que 32% dos entrevistados consideraram a internet via celular como sua principal fonte de notícias. Diante disso, fica evidente o poder exponencial das redes sociais digitais em propagar conteúdos falsos, especialmente em tempos de pandemia.

O artigo “*Fake News*: as consequências negativas para a saúde da população”, escrito por Cunha (2020), apresentou dados preocupantes sobre a disseminação de informações falsas nas redes sociais digitais durante a pandemia da COVID-19. Conforme a pesquisa, no período de janeiro a abril de 2020, 83 mensagens circularam nas redes sociais digitais, sendo que 69 delas eram relacionadas à COVID-19 e foram consideradas verdadeiras pela plataforma “Saúde sem *Fake News*” do Ministério da Saúde. Isso significa que muitas pessoas compartilharam informações falsas, o que pode prejudicar o combate à doença.

Entre as informações falsas divulgadas, uma delas era sobre o uso de água quente com limão para a cura da COVID-19. Essa mensagem gerou um aumento na procura por receitas caseiras, que não são eficazes contra a doença. Além disso, outras informações falsas também foram

⁴ VALENTE, Jonas. Pesquisa: notícias falsas circulam 70% mais do que as verdadeiras na internet. Disponível

em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2018-03/pesquisa-noticia-s-falsas-circulam-70-mais-do-que-verdadeiras-na>. Acesso em: fev. 2022.

identificadas, como o uso de bicarbonato quente com chá de limão e ingestão de água em intervalos regulares para curar o *Coronavírus*.

Com a pandemia da COVID-19, a desinformação e as *fake news* dificultam o combate efetivo e o enfrentamento da doença. Infelizmente, a comunicação governamental sobre o vírus caminhou lentamente, enquanto as *fake news* se disseminaram de forma alarmante. Até mesmo veículos públicos têm participado da institucionalização das notícias falsas, e a participação do ex-presidente Bolsonaro em seus pronunciamentos para a mídia corroborou para a pandemia da desinformação no Brasil e no mundo.

Para tentar combater esse problema, está em tramitação na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei (PL) nº 2630, de 19 de abril de 2020, que foi aprovado pelo Senado e leva o nome de “Lei das *Fake News*”. Esse projeto de autoria do Senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE) pretende estabelecer

normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei (Brasil, 2020).

É importante ressaltar que a “Lei das *Fake News*” não é a única solução para o problema, mas pode ser uma alternativa importante para tentar minimizar os efeitos negativos da desinformação na sociedade. É fundamental que todos os cidadãos tenham o compromisso de checar as informações que recebem antes de compartilhar, e que os veículos de comunicação trabalhem de forma responsável e ética na divulgação das notícias. Somente assim poderemos enfrentar essa pandemia da desinformação de forma efetiva.

As *fake news* são uma ameaça à sociedade que podem distorcer a percepção da realidade e colocar em risco a saúde pública, principalmente em tempos de pandemia. Infelizmente, algumas figuras públicas, como o ex-chefe de Estado Bolsonaro, utilizam dessas distorções para criar uma "verdade" construída (Van Dijk, 2018). Como um vírus, as *fake news* se espalham rapidamente pelas redes sociais e podem se tornar uma epidemia difícil de controlar. Por isso, é fundamental combater a desinformação e promover campanhas de conscientização sobre a importância da checagem de fontes confiáveis e verídicas.

A “Lei das *Fake News*”, que está em tramitação na Câmara dos Deputados, pode ser uma importante ferramenta para combater esse problema e garantir que a sociedade tenha acesso à informação de qualidade. É preciso lembrar que a luta contra as *fake news* é uma responsabilidade de todos nós, indivíduos e instituições, para garantir um futuro mais seguro e saudável para todos.

De acordo com D’Ancona (2018), a *internet* tem um papel importante na disseminação de informações falsas, pois as pessoas tendem a se conectar com outras que pensam de maneira semelhante, criando uma "bolha" que dificulta a existência de diferentes perspectivas e opiniões. Isso foi abordado no documentário "O Dilema das Redes Sociais", da *Netflix*, que alerta para o uso de dados e interações nas redes sociais digitais para alterar o comportamento dos usuários e influenciar na política.

Bounegru (2017) ressalta que as *fake news* não podem ser compreendidas sem entender seu fluxo de informações *online*. É importante destacar que a propagação de informações falsas pode ter consequências graves para a sociedade, como dificultar o combate a problemas de saúde pública, prejudicar a imagem de indivíduos ou instituições e até mesmo incitar violência e conflitos. Por isso, é

fundamental desenvolver habilidades críticas e verificar as fontes das informações antes de compartilhá-las, para evitar a disseminação de *fake news*.

Segurado (2021) aponta que o comportamento frequentemente observado nas redes sociais digitais é a chamada "manipulação algorítmica", que é a utilização de algoritmos para personalizar e direcionar conteúdos conforme as preferências do usuário. Isso pode levar a uma polarização de opiniões e à formação de bolhas de informação, onde os usuários são expostos apenas a visões que confirmam suas crenças pré-existentes.

Segurado (2021, p. 94) conceitua o que seria o comportamento frequentemente observado nas redes sociais digitais:

Também vemos que, em muitos casos, as pessoas confiam em opiniões de pessoas ou grupos socialmente influentes, que teriam legitimidade para manifestarem o que pensam. O aspecto emocional no compartilhamento de informações duvidosas ou falsas é muito importante por criarem a sensação nos indivíduos de fazerem parte do processo que está sendo discutido, de demonstrarem que são bem-informados. [...] Muitas vezes a informação é transmitida para outras pessoas sem que seja lida ou se saiba claramente se há alguma base concreta no que está sendo dito.

Muitas vezes, as pessoas acabam compartilhando informações falsas ou duvidosas por alguns motivos bastante comuns. Segurado (2021) aponta que algumas dessas razões incluem confiar em pessoas ou grupos socialmente influentes, a emoção de participar de um processo de discussão e o desejo de demonstrar estar bem-informado. Muitas vezes, a informação é transmitida sem que seja lida ou verificada, o que pode contribuir para a disseminação de informações incorretas. Para combater a

desinformação e promover um compartilhamento mais responsável de informações, é importante estar atento a esses fatores e adotar uma postura crítica em relação às informações encontradas na *internet*. Verificar as fontes, checar a veracidade das informações e buscar diferentes perspectivas sobre um assunto podem ajudar a reduzir a disseminação de *fake news*.

As plataformas digitais, como *Facebook*, *Google* e *Twitter*, possuem uma enorme quantidade de dados pessoais dos usuários, o que permite que as empresas realizem publicidade direcionada e aumentem as chances de conversão e fidelização de clientes. No entanto, esse processo pode ser usado para disseminar informações falsas e prejudicar o debate público. As *fake news* são frequentemente disseminadas por meio de perfis falsos e robôs que manipulam as informações. Por isso, é fundamental haver uma regulamentação das plataformas digitais para evitar a disseminação de *fake news* e garantir a transparência no uso dos dados pessoais dos usuários. Dessa forma, a sociedade pode ter confiança na veracidade das informações que são compartilhadas e debatidas *online*, promovendo um ambiente saudável e responsável.

Gomes e Dourado (2019) entendem que as *fake news* são um fenômeno intrinsecamente ligado ao meio digital. Isso porque a facilidade de disseminação de informações pela *internet* e o anonimato proporcionado pela rede tornam a manipulação dos fatos muito mais simples. Para eles, as *fake news* são principais elementos que alimentam o fluxo de informações na *internet*, pois “só podemos mentir e inventar *on-line*, [...] porque a crescente digitalização da vida inclui a intensa digitalização de tudo o que a vida comporta, inclusive a atividade de falsificar e alterar fatos para manipular as pessoas politicamente” (Gomes; Dourado, 2019, p. 36).

No entanto, o livro em questão discorda da posição apresentada por Gomes e Dourado (2019) de que as *fake news* são exclusivamente digitais. A pesquisa argumenta que a produção de informações falsas pode ser realizada institucionalmente por meio da criação de denúncias ou processos falsos. Um exemplo disso é a Operação Lava Jato, em que foram utilizadas estratégias para prejudicar a imagem de políticos, como o presidente Lula. Dessa forma, a criação e disseminação de *fake news* pode ocorrer tanto no ambiente virtual quanto no *offline*, e é importante estar atento a essas práticas em ambas as esferas para combater a desinformação.

A era digital revolucionou como as informações são transmitidas e recebidas, permitindo uma disseminação mais rápida e abrangente das notícias. No entanto, as *fake news* não são um fenômeno exclusivamente digital. Mesmo antes da *internet*, veículos de comunicação tradicionais, como jornais e televisão, já veiculavam informações falsas ou distorcidas. Além disso, as *fake news* também podem ser disseminadas *offline*, por meio de panfletos, cartazes ou boca a boca. É importante destacar que o problema das *fake news* não é inerente ao ambiente digital, portanto, a responsabilidade de combatê-lo não deve ser atribuída exclusivamente à *internet*.

Ainda conforme Gomes e Dourado (2019, p. 36):

Não nos enganemos, contudo, de que se trata de mera digitalização da invenção de fatos. A vida digital comporta possibilidades nunca experimentadas no território da contrafação de narrativas factuais, sobretudo, porque acrescenta a esta atividade uma capacidade sem precedentes de alcance na disseminação de conteúdo falso e uma velocidade antes impensável de propagação. Sem mencionar a facilidade na produção de conteúdo, as possibilidades de distribuição extremamente segmentada para o público-alvo, a capacidade

de exposição inadvertida das pessoas nos smartphones, a extrema maleabilidade e reprodutibilidade dos materiais digitais.

Segundo uma pesquisa realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts, cada *fake news* pode alcançar entre mil e 100 mil pessoas⁵, enquanto as notícias verdadeiras atingem em média apenas mil pessoas. Além disso, quando as postagens de *fake news* são relacionadas à política, o fluxo de compartilhamento é três vezes mais rápido. O estudo também aponta que tanto robôs como seres humanos têm as mesmas chances de disseminar informações falsas, mas os humanos têm mais possibilidades de fazê-lo. Esses dados destacam a importância de se combater as *fake news*, principalmente quando se trata de informações políticas, e de conscientizar a população sobre os perigos da disseminação dessas informações falsas.

Diante desse contexto, o Brasil se tornou o país mais preocupado com a disseminação das *fake news* no mundo, especialmente durante a pandemia. Um relatório⁶ da décima edição do *Digital News Report*, do *Reuters Institute*, que é a principal pesquisa mundial sobre a propagação de informações na *internet*, afirma que cerca de 82% dos entrevistados brasileiros demonstraram preocupação com a veracidade das notícias.

É no meio desse cenário que a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das *Fake News* foi criada no Congresso Nacional para investigar e responsabilizar os envolvidos na disseminação de informações falsas.

⁵ FAKE NEWS SE ESPALHAM 70% MAIS RÁPIDO QUE NOTÍCIAS VERDADEIRAS, DIZ MIT. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/08/interna_tecnologia.664835/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-noticias-verdadeiras.shtml. Acesso em: mar. 2022.

⁶ VALENTE, Jonas. Brasil é o país mais preocupado com notícias falsas, diz estudo global. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-06/brasil-e-pais-mais-preocupado-com-noticias-falsas-diz-estudo-global>. Acesso em mar. 2022.

Além disso, a CPI pretende apresentar propostas de medidas que visem coibir a propagação das *fake news*.

1.1.1 CPI das *fake news* e da COVID-19: disputas políticas

A crescente disseminação de *fake news* vem desestabilizando a jovem democracia brasileira, o que levou à instalação da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI)⁷ das *fake news* pelo Congresso Nacional em 4 de setembro de 2019. Presidida pelo senador Angelo Coronel (PSD⁸-BA) e tendo a deputada Lídice da Mata (PSB-BA) como relatora, a CPI foi criada pelo deputado federal Alexandre Leite (DEM⁹-SP), com o apoio de 276 deputados federais e 48 senadores. A CPI teve um prazo de 180 dias para investigar possíveis influências de perfis falsos e ataques cibernéticos nas redes sociais digitais no processo eleitoral de 2018.

Após investigação da CPI das *fake news*, também foram identificadas práticas de *cyberbullying*¹⁰ contra autoridades e cidadãos, como crimes de ódio e suicídio. Isso se deu em decorrência das denúncias de que empresas apoiadoras do então candidato Jair Bolsonaro pelo Partido Social Liberal

⁷ CPI DAS *FAKE NEWS* É INSTALADA NO CONGRESSO. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/09/04/cpmi-das-fake-news-e-instalada-no-congresso>. Acesso em: mar. 2022.

⁸ Partido Social Democrático, e o seu espectro político é classificado como centro.

⁹ Democratas, um partido brasileiro de centro-direita.

¹⁰ *Cyberbullying* é uma forma de *bullying* que ocorre através das plataformas digitais, como redes sociais, aplicativos de mensagens e *e-mails*. Ele pode envolver o uso de comentários ofensivos, ameaças, humilhações, difamações e exposição de informações pessoais sem autorização, entre outras formas de agressão. O *cyberbullying* pode causar sérios danos psicológicos e emocionais para a vítima, e é importante serem tomadas medidas para prevenir e combater esse tipo de violência *online*.

(PSL) teriam usado as redes sociais digitais, como o *Facebook*, *Instagram*, *X/Twitter*, *WhatsApp* e *Telegram*, para disseminar notícias falsas e difamar o seu adversário político, Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT), nas eleições presidenciais de 2018.

Em 4 de dezembro de 2019, a ex-deputada federal Joice Hasselmann (PSL) trouxe à tona informações¹¹ que indicavam a existência de um grupo de pessoas ligadas ao governo Bolsonaro envolvido na propagação de conteúdo falso: o "gabinete do ódio". Segundo Hasselmann, esse grupo seria formado por três servidores ligados ao vereador do Rio de Janeiro, Carlos Bolsonaro (PSC), incluindo o assessor especial da Presidência da República, Filipe Martins. O objetivo do "gabinete do ódio" seria disseminar *fake news* e campanhas difamatórias, o que acentuou ainda mais as preocupações com o fenômeno das *fake news* no Brasil.

Durante seu depoimento, Joice Hasselmann também acusou os parlamentares Eduardo Bolsonaro e Carlos Bolsonaro de liderarem uma suposta "milícia digital", uma rede de ataques virtuais com perfis falsos propagando desinformação e intimidando adversários políticos. Sobre essa questão, Segurado (2021, p. 78) afirma que:

Carlos Bolsonaro chegou a ocupar uma sala ao lado do gabinete do pai, o que facilitava a coordenação da ofensiva comunicativa do governo. O vereador pelo estado do Rio de Janeiro não se preocupava com esse desvio de função. Não mostrava nenhum constrangimento em não cumprir com as obrigações de seu mandato e continuava articulando tranquilamente a campanha governamental de produção e disseminação em massa de desinformação para manutenção do apoio ao seu pai. O número II é considerado membro da chamada ala olavista do bolsonarismo,

¹¹ CPI DAS *FAKE NEWS* OUVE DEPUTADA JOICE HASSELMANN. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/02/cpi-das-fake-news-ouve-deputada-joice-hasselmann>. Acesso em: jun. 2022.

composta pelos seguidores de Olavo de Carvalho, considerado o guru ultraconservador da família.

Em abril de 2020, a CPI das *Fake News* foi prorrogada para investigar também o compartilhamento de desinformação sobre a pandemia da COVID-19 e o negacionismo em relação ao coronavírus. Até a presente data, a CPI ainda não tem uma data definida para retorno, visto que está sendo aguardada a conclusão da CPI da Pandemia ou da CPI da COVID-19¹².

A CPI da COVID-19, oficialmente chamada de Comissão Parlamentar de Inquérito da Pandemia, foi instalada no Senado Federal em 27 de abril de 2021 visando investigar a atuação do governo de Bolsonaro no enfrentamento da crise sanitária do *Coronavírus*. A comissão teve seu encerramento em 26 de outubro do mesmo ano e concluiu que o ex-presidente Jair Bolsonaro e seus filhos, Flávio e Eduardo Bolsonaro, fazem parte de uma organização oculta e complexa que compartilha informações falsas pelo Brasil. Conforme reportagem do site da edição brasileira do jornal *El País*, datada de 20 de outubro de 2021¹³:

Os senadores destacam que, durante os últimos 18 meses, o presidente fez declarações que minimizam a emergência sanitária, contrariaram orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e promoveram tratamentos sem comprovação científica, além de repudiar as vacinas. Um dos casos mais danosos,

¹² OLIVEIRA, Joana. Bolsonaro é "líder e porta-voz" das 'fake news' no país, diz relatório final da CPI da Pandemia. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-10-20/bolsonaro-e-lider-e-porta-voz-das-fake-news-no-pais-diz-relatorio-final-da-cpi-da-pandemia.html>. Acesso em: abr. 2022.

¹³ CPI VOTA RELATÓRIO FINAL. VEJA A ÍNTEGRA DO DOCUMENTO MODIFICADO. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/congresso-nacional/cpi-vota-relatorio-final-veja-a-integra-do-documento-modificado/>. Acesso em: abr. 2022.

conforme consta no relatório, foi a defesa que fez das pesquisas e da conduta da Prevent Senior, acusada de maquiar mortes por covid-19, distribuir kits de tratamento precoce e fazer pesquisa sem consentimento de pacientes. Jair Bolsonaro é “líder e porta-voz” das fake news no país, conclui o relatório (Oliveira, 2022, s/p).

Bolsonaro e seus filhos, Eduardo Bolsonaro e Carlos Bolsonaro, são apontados como grandes responsáveis por disseminar desinformação sobre a pandemia do *Coronavírus* no Brasil, através de uma campanha que envolveu principalmente disparos de mensagens em grupos do *WhatsApp*. Desde o início da crise sanitária, em 2020, o ex-presidente Bolsonaro defendeu métodos de combate ao vírus sem comprovação científica, como o uso do medicamento hidroxicloroquina. Além da família presidencial, personalidades como o blogueiro Allan dos Santos, a deputada federal Carla Zambelli (PSL-SP) e os empresários Otávio Fakhoury, do Instituto Força Brasil, e Luciano Hang, da Havan, também integraram o fluxo de informações falsas. Os dois últimos atuaram no núcleo de financiamento e mídia, que incluía Terça Livre e Brasil Paralelo.

O relatório final da CPI da COVID-19 destacou as principais mentiras impulsionadas durante a pandemia por Bolsonaro e seus apoiadores, como a origem do *Coronavírus*, que gerou ataques xenófobos à China; argumentos errôneos sobre a eficácia do isolamento social e do uso de máscaras no monitoramento da pandemia; campanha de tratamento precoce; adulteração nos números de mortos; e divulgação de conduta antivacina. Além disso, o relatório aponta que Bolsonaro usou sua estrutura institucional, como a Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM), o Ministério da Saúde e a TV Brasil, para disseminar desinformação, caracterizando essa ação como "desinformação institucional".

É importante destacar que a campanha de desinformação impulsionada pelo governo de Bolsonaro e seus apoiadores, incluindo a disseminação de *fake news*, potencializou o quadro em que o Brasil se encontrava. Com mais de 21 milhões de casos confirmados e aproximadamente 611.851 óbitos até o momento, segundo dados do Ministério da Saúde, a pandemia atingiu níveis alarmantes no país. O inquérito da "CPI da COVID-19" evidencia a presença constante das redes sociais digitais na disseminação de *fake news*, não só sobre o *Coronavírus*, mas também em relação a outros assuntos, o que tem contribuído para uma epidemia de desinformação nos diversos pontos de conexão da rede.

O Ministério Público Federal (MPF) abriu um inquérito civil para investigar a possível responsabilização das principais redes sociais digitais no combate à circulação de *fake news* e à violência digital no Brasil. Essas redes sociais digitais, como *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Tik Tok*, *X/Twitter* e *Youtube*, estão sob investigação devido ao financiamento da disseminação de conteúdos falsos¹⁴. O Marco Civil da *Internet*, que estabelece regras para o uso da internet no Brasil, é a base legal para esse tipo de ação jurídica, que tem o objetivo de combater a propagação de conteúdo nocivo na *internet*. Recentemente, o Marco Civil da *Internet*¹⁵ foi atualizado para penalizar ações de pedofilia e de disseminação de *fake news* na *internet*.

¹⁴ TELEGRAM, FACEBOOK, TWITTER, TIK TOK E YOUTUBER SÃO INVESTIGADOS PELO MPF POR FAKE NEWS. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/seguranca/noticias/n182037/redes-sociais-investigadas-pelo-mpf-por-fake-news.html>. Acesso em: abr. 2022.

¹⁵ O Marco Civil da *Internet* brasileiro foi aprovado em 2014 e, desde então, passou por algumas alterações em relação à sua aplicação e punições. Uma delas ocorreu em 2020, com a Lei Brasileira de Proteção de Dados (LGPD), que estabeleceu novas regras de privacidade e proteção de dados pessoais na *internet*.

[...] a elaboração das fake news demanda dedicação e tempo para disseminá-las com o objetivo de iludir e imprimir na população uma falsa visão sobre a realidade. A população, por sua vez, muitas vezes as aceita como tal e compartilha com seus contatos, sem, contudo, perceber a gravidade dos impactos que mensagens com esse teor podem causar à saúde física e psíquica de quem recebe, acredita e segue alguma das orientações falsas, a exemplo de usar uma “receita milagrosa”. Além da irresponsabilidade de se utilizar da fragilidade, do medo, do pânico e da dor da população para difundir informações falsas, os autores de fake news prejudicam a saúde coletiva quando há aderência da população às “receitas milagrosas”, deixando de lado outras medidas importantes e simples no combate à Covid-19, como as orientações de órgãos governamentais (Cunha, 2020, p. 97).

Uma pesquisa realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM) da Presidência da República, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016¹⁶, mostrou que cerca de 200 informações falsas circulam pelos celulares e computadores no Brasil, muitas delas compartilhadas pelas redes sociais digitais. A pesquisa também revelou que quase metade da população brasileira (49%) se informa pela *internet*. Com a crescente disseminação das *fake news*, é fundamental que a população desenvolva uma capacidade de letramento digital para identificar e evitar a propagação de informações falsas.

De acordo com D'Ancona (2018, p. 101), em um mundo em que estamos constantemente sobrecarregados por informações, é crucial que assumamos o papel de editores, filtrando, verificando e avaliando o que consumimos. Ao contrário de outras gerações, nossa principal fonte de informação é exclusivamente a internet. Para entender melhor o cenário

¹⁶ ROCKMANN, Roberto. As redes sociais no mundo das *fake news*. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2019/06/as-redes-sociais-no-mundo-das-fake-news/>. Acesso em: abr. 2022.

atual da desinformação, é importante considerar tanto as *fake news* quanto a pós-verdade.

1.2 Pós-verdade: o contexto da desinformação

A Alegoria da Caverna, presente no livro *A República de Platão* (1965), nos ajuda a entender como a manipulação da verdade pode afetar a sociedade. Na história, prisioneiros vivem em uma caverna, onde só conseguem enxergar sombras projetadas na parede por uma fogueira. Essas sombras, criadas por pessoas que passam em frente à fogueira, são a única realidade conhecida pelos prisioneiros.

Essa alegoria pode ser atualizada para o contexto atual de pós-verdade e *fake news*, em que a sociedade é bombardeada por informações duvidosas. Assim como as sombras projetadas na caverna, as *fake news* podem criar uma falsa realidade na mente das pessoas. Nesse sentido, é importante que todos assumam o papel de editores e verifiquem as informações que consomem, para não se tornarem prisioneiros da desinformação.

O livro *1984*, de George Orwell, é uma obra clássica que retrata um futuro distópico em que a sociedade é controlada por um governo autoritário que manipula a verdade. O protagonista do livro, Winston Smith, trabalha no "Ministério da Verdade", onde sua tarefa é reescrever a história para que ela se encaixe na narrativa do governo. Nessa realidade distópica, a pós-verdade é uma realidade constante, em que a informação é manipulada para controlar as massas e perpetuar o poder do Estado. A obra de Orwell se tornou ainda mais relevante atualmente, quando as *fake news*

e a desinformação são cada vez mais utilizadas como ferramentas de manipulação e controle.

A obra *1984* de George Orwell é um livro que trata sobre um governo autoritário chamado "O Grande Irmão" que manipula informações e cria fatos alternativos para manter seu poder. Essa história é uma clara ilustração de como a pós-verdade pode ser usada para controle e dominação. O governo de *1984* criava uma realidade distorcida que refletia apenas seus interesses e objetivos e era imposta à população como verdade absoluta, sem possibilidade de questionamento ou contestação. Isso é um exemplo do poder que a pós-verdade e as *fake news* podem ter sobre a percepção da realidade. Por isso, é importante ter uma imprensa livre e independente para preservar a verdade e a democracia.

A teoria do espelho é uma das teorias da comunicação que postula que a mídia simplesmente reflete a realidade, como um espelho. No entanto, essa teoria tem sido criticada por não levar em conta o poder da mídia em moldar e influenciar a percepção das pessoas sobre a realidade. Em outras palavras, a mídia não é apenas um espelho passivo, mas atua ativamente na construção da realidade (Traquina, 2004).

Podemos entender a pós-verdade e as *fake news* como um espelho distorcido que reflete uma realidade falsa ou distorcida, de maneira semelhante a um espelho deformado que faz com que a imagem refletida pareça diferente da realidade. Essa distorção altera a percepção das pessoas sobre o mundo ao seu redor, influenciando suas crenças e comportamentos de maneira negativa. Por isso, é importante questionar e verificar as informações que recebemos antes de aceitá-las como verdadeiras, assim como é importante que a mídia tenha um papel ativo na verificação e divulgação de informações precisas e confiáveis.

Com o avanço da tecnologia e a facilidade de acesso à informação, a pós-verdade e as *fake news* se tornaram um problema cada vez mais comum. As redes sociais digitais, por exemplo, ampliam a disseminação dessas informações falsas, criando bolhas de opinião e reforçando crenças pessoais em detrimento dos fatos. A teoria do espelho pode ser usada como metáfora para ilustrar como a pós-verdade e as *fake news* criam uma realidade distorcida, que pode ter consequências negativas para a vida das pessoas e para a sociedade. É importante que sejamos críticos e saibamos discernir a verdade da mentira, buscando fontes confiáveis e verificando informações antes de compartilhá-las.

De fato, a pós-verdade é um fenômeno complexo que envolve uma série de fatores sociais, políticos e tecnológicos. A crise de confiança nas instituições, como governos e partidos políticos, é um dos principais fatores que contribuem para o surgimento da pós-verdade. O descontentamento político e a polarização ideológica também são importantes, uma vez que muitas vezes as pessoas estão dispostas a acreditar em informações falsas que confirmam suas crenças pessoais, mesmo que essas informações não sejam verdadeiras.

Além disso, a crise de confiança no jornalismo e na mídia tradicional também tem um papel significativo na proliferação da pós-verdade. A crescente desinformação e a falta de qualidade da informação disponível em algumas plataformas digitais levam as pessoas a buscar fontes alternativas, muitas vezes menos confiáveis e mais suscetíveis a difundir informações falsas.

O imediatismo das redes sociais digitais é outro fator que contribui para a propagação da pós-verdade. A facilidade de compartilhamento de informações, juntamente com a ausência de um sistema eficaz de verificação de fatos, faz com que informações falsas se espalhem

rapidamente e com ampla repercussão. Diante desses fatores, é possível compreender a complexidade da pós-verdade como um fenômeno social e a importância de uma abordagem multidisciplinar para enfrentá-lo.

Embora o termo "pós-verdade" tenha sido popularizado recentemente, sua origem pode ser rastreada até o século XX, quando a ideia de que os fatos objetivos eram menos influentes do que as emoções e as crenças pessoais começaram a surgir. No entanto, foi somente em 2016 que o termo se tornou amplamente conhecido e popularizado, devido às eleições presidenciais nos Estados Unidos e ao referendo do Brexit no Reino Unido. A partir daí, a pós-verdade tem sido objeto de análises políticas e sociais em todo o mundo.

A pós-verdade parece ter sido usada pela primeira vez nesse sentido em um ensaio de 1992 do falecido dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich na revista *The Nation*. Refletindo sobre o escândalo Irã-Contras e a Guerra do Golfo Pérsico, Tesich lamentou que “nós, como povo livre, decidimos livremente que queremos viver em algum mundo pós-verdade”. Há evidências de que a frase “pós-verdade” foi usada antes do artigo de Tesich, mas aparentemente com o significado transparente “depois que a verdade foi conhecida”, e não com a nova implicação de que a própria verdade se tornou irrelevante (em tradução livre) (Oxford, 2016, s/p).

Com o título de *Art of the lie* (Arte da mentira, em tradução livre), o *The Economist* declara que Donald Trump, ex-presidente dos EUA, “é o principal expoente da política de “pós-verdade” — uma confiança em afirmações que “parecem ser verdadeiras”, mas não têm base em fatos” (The Economist, 2016, s/p).

Para o *Dicionário Oxford*, a pós-verdade “se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais¹⁷”.

Para Charaudeau (2022), a verdade não pode ser vista como algo absoluto e objetivo, mas sim como uma construção social e relacional, que depende das perspectivas individuais e dos contextos em que ocorrem as interações. Dessa forma, o que pode ser considerado um fato objetivo para uma pessoa, pode não ser para outra, dependendo das suas experiências e dos seus pontos de vista. O autor enfatiza que a verdade é uma construção social que emerge a partir das interações entre as pessoas, e que, portanto, é importante considerar a diversidade de perspectivas e de experiências ao lidar com questões de verdade e de objetividade. “No interior da problemática da pós-verdade, a questão, portanto, não é tanto a da transformação ou desvio dos fatos objetivos, mas a da representação que o ato de fala dá desses fatos, dependendo de se recorrer ao saber científico ou o saber por experiência” (Charaudeau, 2022, p. 123).

Charaudeau (2022) explica que a pós-verdade é um tipo de discurso que se baseia em afirmações que parecem verdadeiras, mas que não correspondem à realidade. Essas afirmações são chamadas de "contraverdades", e são fundamentadas em argumentos enganosos ou informações incompletas. A intenção é persuadir as pessoas através de discursos que parecem plausíveis, mas que são falsos ou distorcidos. A pós-verdade é uma forma de manipulação que busca criar uma realidade alternativa que se adapte às crenças ou interesses de um determinado público. Essa realidade pode ser completamente falsa ou distorcida, mas o objetivo é convencer as pessoas de que é verdadeira.

¹⁷ OXFORD Languages. *Word of the Year 2016*. Oxford University Press. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: jun. 2022.

A pós-verdade não se trata apenas de mentiras ou notícias falsas, mas sim de um tipo de discurso que busca persuadir as pessoas utilizando argumentos enganosos ou informações incompletas, apresentando-os como verdadeiros. Essas "contraverdades" podem ser muito persuasivas, especialmente quando apoiadas por sentimentos e emoções, em vez de fatos concretos. É por isso que é importante estar atento e verificar as informações que recebemos, buscando fontes confiáveis e comprovadas.

Charaudeau (2022) ressalta que a pós-verdade é comumente utilizada como uma tática de manipulação política. É comum que políticos e líderes de opinião utilizem contraverdades para ganhar apoio de um determinado público, explorando seus medos, inseguranças e preconceitos. Essa estratégia é especialmente eficaz quando se trata de questões complexas e controversas, como a imigração, a mudança climática ou a pandemia, onde a opinião pública é dividida e as emoções estão à flor da pele. Nessas situações, a pós-verdade pode ser utilizada para simplificar questões complexas, apelar para as emoções e desacreditar informações que não se encaixam na narrativa desejada.

Em outras palavras, a pós-verdade é um tipo de discurso que busca persuadir as pessoas a acreditar em algo que não é necessariamente verdadeiro. Ela é frequentemente usada por políticos e líderes de opinião como uma estratégia para conquistar o apoio de um público específico, explorando seus medos, inseguranças e preconceitos. Na era digital, a disseminação de informações falsas ou enganosas pode ser feita com mais facilidade e rapidez do que antes. Por isso, é importante estar atento e verificar a veracidade das informações antes de acreditar e compartilhar.

De fato, a pós-verdade não se limita apenas à disseminação de *fake news* ou informações falsas. Ela pode ser encontrada em diversas formas de comunicação, desde discursos políticos até reportagens jornalísticas. O

problema central é que a informação é muitas vezes moldada para se ajustar às crenças e emoções do público, em vez de apresentar fatos objetivos e imparciais. Isso pode levar a uma distorção da realidade, prejudicando a tomada de decisões informadas e a construção de uma sociedade mais justa e democrática (Charaudeau, 2022).

Os discursos políticos e publicitários também podem ser afetados pela pós-verdade. Políticos e empresas podem utilizar diversas técnicas retóricas para persuadir o público em seu favor, como a distorção de fatos e estatísticas, o uso de linguagem emocionalmente carregada ou a exploração de preconceitos e medos comuns. Além disso, as redes sociais digitais também são frequentemente utilizadas para a propagação de informações enganosas ou falsas. Muitas vezes, as pessoas compartilham notícias ou informações sem verificar a fonte, ou a veracidade da informação, o que pode levar a uma disseminação em massa de informações imprecisas.

Os transmissores de contraverdades, quando não agem por convicção - pois o convicto está persuadido de que o que ele acredita é verdadeiro -, por jogo perverso ou pelo prazer de colocar lenha do debate público, justificam-se dizendo que não escondem a verdade, que dizem o que realmente é e que não têm nada a lucrar revelando o que os outros escondem, especialmente aqueles que têm poder. Eles se dão por missão ir contra o politicamente correto e difundir a ideia de que “estamos sendo enganados” Eles se consideram denunciantes, reveladores da verdade, o que é um tanto paradoxal, porque os verdadeiros denunciantes revelam verdades ocultadas pelo poder do Estado ou pelos lobistas, que, em seguida, são confirmadas (Charaudeau, 2022, p. 159).

Charaudeau (2022) afirma que aqueles que propagam contraverdades frequentemente se justificam dizendo que estão revelando a verdade oculta pelo poder ou que estão desmascarando os poderosos. No

entanto, isso é um paradoxo, pois eles estão, na verdade, espalhando informações falsas ou distorcidas sem nenhuma evidência concreta para respaldá-las. Eles podem estar agindo por diversão ou jogo perverso, e muitas vezes criam uma narrativa alternativa que vai contra os fatos e a realidade. Esses transmissores de contraverdades prejudicam a sociedade ao minar a confiança nas instituições democráticas e na imprensa, além de criarem um ambiente de desconfiança e desinformação que dificulta a tomada de decisões informadas.

Os discursos de Bolsonaro têm sido associados a várias formas de pós-verdade, especialmente em relação à pandemia de COVID-19. Desde o início da crise, Bolsonaro minimizou a gravidade da doença e questionou as medidas de distanciamento social e o uso de máscaras, promovendo a hidroxicloroquina como um tratamento eficaz, apesar da falta de evidências científicas que comprovem sua eficácia.

Além disso, Bolsonaro frequentemente usa técnicas retóricas, como a exploração do medo e dos preconceitos, para moldar a opinião pública em seu favor. Ele também ataca a imprensa e outras instituições democráticas, questionando sua credibilidade e minando a confiança pública em sua capacidade de fornecer informações precisas e imparciais.

Tudo isso é consistente com a definição de Charaudeau (2022) de pós-verdade como um tipo de discurso baseado em contraverdades, que visa persuadir as pessoas com argumentos que são enganosos ou incompletos, muitas vezes apoiados por emoções em vez de fatos e dados concretos. O discurso de Bolsonaro, portanto, é um exemplo claro da pós-verdade em ação, e seus efeitos podem ser bastante perigosos para a democracia e para a saúde pública.

A revista *CartaCapital* propõe uma crítica¹⁸ ao conceito de pós-verdade, argumentando que os fatos objetivos não existem, uma vez que todos eles são interpretados e manipulados pelos seres humanos. Dessa forma, a subjetividade humana atravessa todos os fatos, tornando a ideia de "verdade" uma construção social. A revista sugere, portanto, que o uso do termo pós-verdade pode ser equivocado, uma vez que os fatos sempre foram permeados pela subjetividade e pelo contexto social em que são produzidos.

A ideia de pós-verdade é, portanto, uma má compreensão de como o homem se relaciona com o mundo, de como ele constrói informações e se comunica. O pior é que ela reforça a inadequada ideia clássica de verdade, induzindo a crer que existiriam fatos objetivos negados pelas pessoas por conta de suas crenças, o que não acontece exatamente dessa forma. Todos constroem fatos influenciados pelas suas crenças, sobretudo políticas, e, quanto mais paixão, mais fácil a manipulação (CartaCapital, 2017, s/p).

A concepção de que a verdade é moldada socialmente não significa que todas as declarações sejam igualmente válidas ou que não existam critérios objetivos para avaliar a veracidade de uma informação. A pós-verdade consiste em uma estratégia deliberada de manipulação da opinião pública por meio de informações falsas ou distorcidas. Por isso, é essencial manter uma postura crítica e buscar fontes confiáveis de informação, além de questionar argumentos que levem dúvidas ou entrem em conflito com outras evidências.

¹⁸ PÓS-VERDADE: O CONCEITO POLÍTICO DA MODA É EQUIVOCADO. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/vanguardas-do-conhecimento/o-conceito-politico-da-moda-pos-verdade-e-equivocado/>. Acesso em: jun. 2022.

De acordo com Seixas (2018), embora o termo "pós-verdade" esteja predominantemente associado à ideia de mentira, é importante reconhecer que em um contexto de pós-verdade, existem disputas de verdades. O autor argumenta que essa é uma das implicações do uso do termo, que muitas vezes é interpretado como um ataque à objetividade dos fatos. Seixas (2018) enfatiza que a ideia de verdades em disputa não deve ser interpretada como uma relativização da verdade, mas como um reconhecimento de que diferentes perspectivas e interpretações podem coexistir em um debate.

Seixas (2018) explica que o prefixo “pós” denota a superação de algo, que no caso de “pós-verdade”, o autor sugere que há

uma superação do desejo de verdade por parte dos sujeitos, ao menos da verdade divergente da sua. Por assim dizer, haveria certo desinteresse dos sujeitos em estabelecer um movimento heurístico de verificação dos fatos e das verdades, porquanto mais vale a manutenção das convicções e das identidades do que um verificacionismo a todo custo. Não há, logo, preocupação em checar os fundamentos e fontes de uma verdade, já que há sempre uma leitura pré-programada dos sujeitos, enviesada, por certo, dos eventos sociais (Seixa, 2018, p. 125).

Isso significa que em um contexto de pós-verdade, a verdade não desaparece ou é destruída, mas é moldada e apresentada para parecer verdadeira. Isso é conhecido como "aparência de verdade", construída por pessoas ou grupos. No entanto, muitas vezes é difícil para as pessoas distinguir entre as opções e fatos apresentados, sejam eles políticos, dos meios de comunicação, de influenciadores da *internet* ou de usuários comuns das redes sociais digitais.

De acordo com o professor Carlos Eduardo Lins da Silva, em sua entrevista para a rádio da Universidade de São Paulo (USP) em 2017, é

mais adequado utilizar o termo "pós-fato" ao invés de "pós-verdade" no campo jornalístico. Segundo ele, é mais simples e menos pretensioso diferenciar fatos de ficção do que mentira de verdade. No entanto, o fenômeno é o mesmo e se refere à manipulação da opinião pública por meio de informações distorcidas ou falsas. É importante ressaltar que o uso desses termos pode variar em diferentes contextos e áreas de atuação¹⁹.

Argumenta-se que o termo "pós-fato" é mais apropriado para descrever o contexto associado à terminologia da "pós-verdade". Isso ocorre porque, em estudos pós-modernos, os conceitos tradicionais de mentira e verdade estão se tornando cada vez mais complexos e relativos. Por outro lado, o termo "pós-fato" permite uma separação mais objetiva entre fatos e ficção. Embora haja pouca literatura sobre o termo "pós-fato", a terminologia da "pós-verdade" é utilizada neste livro devido à maior disponibilidade de literatura para discutir o fenômeno social em questão.

Em contrapartida, D'Ancona (2018) argumenta que estamos vivendo na era da pós-verdade, o que a torna um terreno fértil para a disseminação de mentiras. Segundo ele, a verdade é um fruto contaminado. O colapso da confiança é a base da estrutura da pós-verdade, levando a uma indiferença crescente que, por sua vez, resulta em convivência. "A mentira é considerada como regra, e não como exceção, mesmo em democracias" (D'Ancona, 2018, p. 34).

Segundo D'Ancona (2018), vivemos em uma época em que as pessoas dão mais importância à emoção do que aos fatos e evidências. As notícias são lidas e compartilhadas com base em sentimentos e não na veracidade das informações. Isso permite que a mentira seja eficaz, desde que tenha uma porcentagem de verdade em sua composição. Para Han

¹⁹ Entrevista disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/columnistas/carlos-eduardo-lins-da-silva/pos-fato-e-o-novo-antagonista-da-veracidade-no-jornalismo/>. Acesso em: out. 2022.

(2018), a emoção é mais rápida do que a razão e, por isso, a pós-verdade se tornou tão influente. Nessa era, a verdade é muitas vezes distorcida e a confiança é cada vez mais difícil de ser mantida.

D'Ancona (2018) afirma que a era da pós-verdade é marcada pela resposta do público à desonestidade de alguns políticos, pois a pós-verdade só pode prosperar quando as pessoas preferem ser indiferentes e coniventes com as más condutas de uma parcela da classe política. Em relação a isso, um artigo do portal G1, intitulado "Jornalista britânico reflete sobre a era da pós-verdade", destaca:

Em um mundo no qual a mentira é percebida como regra, e não exceção, é como se todos fossem mentirosos, mesmo quem fala a verdade. Assim, o que nos resta é escolher a mentira mais adequada aos nossos interesses, ou aquela que nos traz mais segurança emocional. Estabelece-se, assim, uma falsa equivalência entre todas as narrativas: um artigo de um cientista pode valer até menos que um post viralizado nas redes sociais. Como, diante da avalanche de notícias e opiniões que nos assaltam na mídia e nas redes sociais, ficou cada vez mais difícil distinguir o verdadeiro do falso, o objetivo do subjetivo, nossas escolhas passam a ser feitas com base no sentimento de conforto e adequação ao grupo social.

D'Ancona (2018, p. 20) destaca que, na era da pós-verdade, “a honestidade e a exatidão não são mais consideradas a maior prioridade nas trocas políticas”. Nesse contexto, fatos alternativos coexistem com fatos concretos, tornando difícil a distinção entre verdade e falsidade. Como resultado, o impacto das informações muitas vezes supera a sua veracidade, o que pode levar à disseminação de notícias falsas e à desinformação.

Keyes (2018, p. 20), no que lhe concerne, afirma que:

Mesmo embora sempre tenha havido mentirosos, as mentiras têm geralmente sido contadas com hesitação, uma pitada de ansiedade, um bocado de culpa, um pouco de vergonha, e, pelo menos, alguma timidez. Agora, pessoas inteligentes que somos, apresentamos razões para manipular a verdade, de modo que possamos dissimular sem culpa. Eu chamo de pós-verdade. Vivemos em uma era da pós-verdade.

Keyes (2018, p.17) destaca que a mentira se tornou um estilo de vida e as pessoas estão mais tolerantes em relação a ela. Ele usa o termo "rotinização da desonestidade" para descrever como "mentir tornou-se, essencialmente, uma transgressão". Na sociedade da pós-verdade, a verdade continua sendo manipulada, e a desonestidade se tornou algo comum, causando um desgaste nas conexões humanas. Isso acaba favorecendo o ato de mentir e dificulta a reconexão entre as pessoas.

[...] as mentiras, as manipulações e as falsidades políticas enfaticamente não são o mesmo que a pós-verdade. A novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso. A indignação dá lugar à indiferença e, por fim, à conivência. A mentira é considerada a regra, e não exceção, mesmo em democracias [...].

O autor D'Ancona (2018) está nos alertando para um fenômeno social preocupante chamado de pós-verdade. Esse fenômeno não se trata apenas de mentiras e falsidades políticas, que sempre existiram na política. O que é novo é a reação do público a essas práticas. Em vez de exigir honestidade dos políticos, muitas pessoas estão se tornando indiferentes e até mesmo coniventes com a mentira na política. Isso significa que a mentira está se tornando uma regra e não uma exceção, mesmo em democracias.

A pós-verdade é um termo usado para descrever a manipulação da verdade através da interrupção, omissão ou seleção de informações para influenciar a opinião pública. Em outras palavras, as pessoas podem estar sendo manipuladas sem nem mesmo perceberem. Isso pode ocorrer quando algumas informações são destacadas e outras são escondidas para moldar a opinião pública de uma forma específica.

Esse fenômeno é perigoso porque pode afetar a maneira como as pessoas entendem e se envolvem com a política e outros assuntos importantes. Além disso, a pós-verdade pode tornar as pessoas mais tolerantes à mentira e à desonestidade, o que pode levar a uma rotinização da desonestidade, conforme apontado por Keyes (2018). Portanto, é importante ficar atento à manipulação da verdade e exigir honestidade e transparência dos políticos e outras autoridades públicas.

De fato, a utilização de *fake news* se tornou uma estratégia eficaz para conquistar o poder político na era da pós-verdade, como destaca D'Ancona (2018). Políticos populistas e de extrema-direita, como Bolsonaro e Trump, tiveram o poder de explorar a desinformação e as emoções do público para ganhar eleições. Eles sabem que as pessoas tendem a buscar informações que confirmem suas crenças e valores, portanto, usam esse conhecimento para espalhar mentiras que correspondem a essas crenças. O objetivo é gerar medo, incitar a raiva e a polarização, e assim conquistar o apoio daqueles que compartilham dessas emoções e opiniões.

Bauman (2001) já alertava sobre a tendência das pessoas em buscar segurança e certezas em um mundo líquido e incerto. Nesse contexto, as promessas não comprovadas e as *fake news* se tornam atrativas, pois oferecem uma sensação de estabilidade e controle em meio à complexidade da realidade. A estratégia política de Bolsonaro de usar declarações falsas

ou imprecisas é um exemplo dessa tendência²⁰, pois ele sabe que muitas pessoas preferem acreditar no que lhes é conveniente, mesmo que não seja verdade. Isso demonstra como a pós-verdade pode ser perigosa para a democracia, pois mina a confiança nas instituições e enfraquece a capacidade dos cidadãos de tomar decisões informadas.

Para entender melhor a pós-verdade como um fenômeno emocional, é preciso entender como as emoções podem influenciar a construção da verdade. Segundo D'Ancona (2018), a pós-verdade é resultado de um mundo onde as emoções são valorizadas acima dos fatos, e onde as pessoas tendem a acreditar no que é mais emocionalmente satisfatório, mesmo que isso vá contra a realidade. Assim, a pós-verdade é um fenômeno que se relaciona com a nossa atitude em relação à verdade, uma vez que nossas emoções influenciam como percebemos e interpretamos os fatos.

Dessa forma, a pós-verdade se torna uma espécie de guerra entre a verdade e a emoção, onde a verdade factual é frequentemente suplantada pelas emoções e crenças pessoais. As pessoas tendem a acreditar naquilo que lhes faz sentir bem, independentemente da veracidade dos fatos. Isso pode ser observado, por exemplo, em discursos políticos que apelam para as emoções das pessoas em vez de apresentar argumentos concretos e baseados em fatos.

Portanto, a pós-verdade é um fenômeno que destaca a importância das emoções na construção da verdade, e mostra como o valor dado às emoções pode levar as pessoas a acreditarem em falsidades. É fundamental que se entenda a relação entre emoções e verdade para combater a

²⁰ MAGALHÃES, Guilherme. Bolsonaro dá 1 declaração falsa ou imprecisa à imprensa a cada 4 dias. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/bolsonaro-da-1-declaracao-falsa-ou-imprecisa-a-cada-4-dias-veja-o-bolsonometro.shtml>. Acesso em: jun. 2022.

disseminação da pós-verdade e promover uma cultura de fatos e evidências.

Portanto, ao invés de negar as emoções e tentar combater a pós-verdade apenas por meio da razão, é necessário entender como elas podem ser utilizadas de forma positiva na construção do debate político. Isso significa levar em conta as emoções dos indivíduos e utilizá-las como ferramenta para despertar a empatia e a solidariedade, elementos essenciais para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. A política não deve ser vista como um jogo de verdades e mentiras, mas sim como um espaço onde diferentes ideias e emoções podem ser debatidas e integradas em prol do bem comum. Seguindo essa linha de raciocínio, Charaudeau (2022, p. 24) afirma que o “[...] racional está ele mesmo impregnado de afeto e de emocional”.

Com certeza, a *internet* e as mídias digitais transformaram como as informações são compartilhadas e disseminadas, permitindo que *fake news* se espalhem rapidamente para inúmeras pessoas. A possibilidade de compartilhar informações sem nenhum filtro ou verificação tem sido um grande desafio para a sociedade da pós-verdade. Como consequência, o papel dos algoritmos das redes sociais digitais na criação de bolhas de opinião, reforçando visões de mundo particulares e criando uma polarização, tem sido discutido amplamente. Essa polarização tem um efeito negativo na formação de uma esfera pública em que os cidadãos possam discutir e tomar decisões de forma democrática.

A permanência do *status quo* é o objetivo de negadores, segundo D'Ancona (2018). Para o autor, a desinformação contribui para a era da pós-verdade, pois o seu “propósito é semear dúvida” (D'Ancona, 2018, p. 49). A desinformação é uma estratégia deliberada para confundir as pessoas e minar a credibilidade de informações precisas. A pós-verdade se

baseia em narrativas e emoções, em vez de fatos objetivos e evidências. Dessa forma, é possível manipular a opinião pública e perpetuar ideologias ou agendas políticas. É importante lembrar que a pós-verdade não é exclusiva da política, mas também pode ocorrer em outras áreas, como na ciência, na saúde, na mídia e nas redes sociais digitais.

Siebert e Pereira (2020) apontam para a dimensão política e simbólica da pós-verdade, em que a noção de verdade se torna instável e fluida, e as disputas discursivas ganham destaque. A partir disso, é possível compreender a pós-verdade como uma construção social e histórica que reflete os valores, interesses e conflitos de uma determinada sociedade e momento histórico.

Siebert e Pereira (2020, p. 6) acreditam que

A pós-verdade ganha força sempre que há certa urgência em linearizar, homogeneizar e dar sentido às inúmeras informações e acontecimentos com os quais convivemos diariamente. [...] Na pós-verdade, mais do que interpretar e significar o acontecimento, cria-se uma versão que o sujeito tende a interpretar como verdadeira ou não, independente de investigações científicas quaisquer. Tal gesto interpretativo é possível devido à fluidez da informação, por sua instabilidade, por retratar um mundo tão farto de acontecimentos, tão amplo em dimensões planetárias e contraditórias nos dizeres. Em função dessas grandezas, buscamos estabilidade para os sentidos.

De acordo com Siebert e Pereira (2020), a pós-verdade surge quando muitas informações e acontecimentos são apresentados, e as pessoas precisam encontrar uma forma de dar sentido e organizar tudo isso. Em vez de buscar interpretar e compreender o que realmente aconteceu, é criada uma versão aceita como verdadeira, mesmo que não tenha sido investigada ou comprovada cientificamente. Isso acontece porque a

informação é fluida e instável, o que pode levar a uma sensação de incerteza e confusão. Então, as pessoas buscam estabilidade nos sentidos, o que pode levar à aceitação de versões simplistas e superficiais dos fatos. É importante lembrar que a pós-verdade não está preocupada com a realidade dos fatos, mas sim com a sensação de verdade e coerência que essas versões oferecem.

É possível afirmar que as *fake news* são utilizadas como instrumentos políticos. Na era da pós-verdade, segundo Siebert e Pereira (2020, p. 9), “pouco importa se o acontecimento foi verificado e refutado: a verdade, mais do que nunca, está nas impressões subjetivas que uma dada informação causa”.

Falcão e Souza (2021) explicam que a pós-verdade é resultado de uma abundância de informações conflitantes e da perda de confiança nas instituições e meios de comunicação tradicionais. Isso pode levar a decisões equivocadas por parte dos cidadãos sobre a realidade que os cerca. A falta de confiança nas fontes de informação pode levar as pessoas a buscar informações em outras fontes, muitas vezes pouco confiáveis, o que contribui para a propagação de *fake news* e teorias da conspiração. Além disso, a polarização política e a fragmentação da opinião pública também contribuem para a disseminação da pós-verdade, pois as pessoas tendem a buscar informações que confirmem suas próprias crenças e a rejeitar informações que as contradizem.

A estratégia de manipulação da informação por meio das *fake news* tem sido bastante utilizada por políticos como Bolsonaro e Trump, que se aproveitam da desinformação e da disseminação de notícias falsas para criar uma narrativa que beneficie seus interesses políticos. Dessa forma, eles conseguem atrair a atenção do público e criar uma conexão emocional com seus seguidores, ao invés de se basearem em fatos concretos e

informações precisas. Para D'Ancona (2018), a era da pós-verdade é marcada pela instrumentalização da informação com fins políticos, o que acaba prejudicando a democracia e a construção de uma sociedade mais justa e informada.

Gomes (2018) argumenta que a pós-verdade é uma ferramenta útil para políticos que desejam manipular a opinião pública em seu favor. A rapidez e a tolerância na disseminação de informações falsas na *internet* possibilitam a construção de uma imagem pública mais favorável ou a ruína de adversários. Diante da dificuldade em discernir a verdade das mentiras propagadas, a opinião pública torna-se mais suscetível às manipulações políticas. Isso pode levar à ascensão de políticos como Bolsonaro e Trump, que se utilizam dessa estratégia para obter apoio popular e consolidar o seu poder.

De acordo com um estudo²¹ liderado pela antropóloga Isabela Kalil, professora da Escola de Sociologia e Política de São Paulo e coordenadora do Observatório da Extrema Direita (OED Brasil), Bolsonaro utiliza narrativas falsas para justificar suas ações e orientar políticas públicas. Ele usa teorias da conspiração para disseminar o medo e criar um ambiente de caos. Essas narrativas são importantes porque permitem às pessoas compreender o mundo ao seu redor, mas quando utilizadas de forma manipulativa podem levar a resultados perigosos e prejudiciais.

D'Ancona (2018) enfatiza que as teorias da conspiração são um elemento que contribui para a desinformação, uma vez que sua força provém dos sentimentos das pessoas e não de evidências. Esse comportamento é fomentado pela pós-verdade, uma vez que o apelo

²¹ LUPION, Bruno. "Sob Bolsonaro, conspiracionismo guia políticas públicas", afirma pesquisadora. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/06/21/sob-bolsonaro-conspiracionismo-guia-politicas-publicas-afirma-pesquisadora>. Acesso em: abr. 2022.

emocional é a essência dessa era. A crença é um vírus difícil de matar, como bem afirma Brotherton (2016, p. 239): “nossas crenças vêm em primeiro lugar. Nós inventamos razões para elas. Sermos mais inteligentes ou termos acesso a mais informações não necessariamente nos deixa menos suscetíveis a crenças deficientes”.

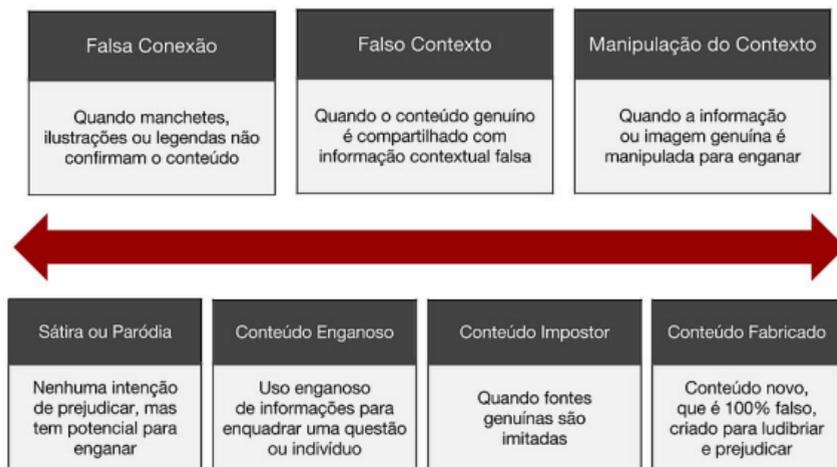
As teorias da conspiração, como mencionado anteriormente, são um dos elementos que colaboram para a desinformação, pois muitas vezes partem de sentimentos e crenças pessoais em vez de evidências factuais. No entanto, para muitas pessoas, essas teorias são tranquilizadoras, pois sugerem uma explicação para a realidade e uma sensação de ordem em meio ao caos. Isso faz com que essas narrativas funcionem como uma "muleta" para a sobrevivência, protegendo os indivíduos de possíveis ameaças e fornecendo um senso de segurança. No entanto, é importante lembrar que essa proteção pode ser ilusória, e que as teorias da conspiração podem contribuir para a desinformação e para a propagação de narrativas falsas. Nietzsche (1992) também alertou para a necessidade de equilibrar a ilusão e a invenção com a realidade, a fim de garantir a sobrevivência humana.

Nóbrega (2021) também destaca que a desinformação é um problema complexo, que envolve diversos atores e interesses. Além disso, ela pode ser disseminada de forma intencional ou não intencional, por meio de diversas estratégias, como manipulação de imagens, distorção de fatos e omissão de informações importantes.

Para tanto, Nóbrega (2021) recorre a Wardle (2017, p. 21) para apontar sete tipos de desinformação:

Figura 1. Ecossistema da desinformação

O ecossistema da desinformação



Wardle (2017, p. 21)

De acordo com a classificação de Wardle (2017), **conexão falsa** é quando um conteúdo é compartilhado com uma legenda ou título que não tem relação com o que é mostrado na imagem ou vídeo. Por exemplo, uma imagem de um animal sendo maltratado pode ser compartilhada com uma legenda que diz que é um resgate.

Falso contexto é quando ocorre quando um conteúdo verdadeiro é retirado do seu contexto original e usado para dar uma interpretação falsa. Por exemplo, um vídeo de uma manifestação pacífica pode ser cortado para mostrar apenas uma briga isolada, dando a entender que toda a manifestação foi violenta.

Manipulação do contexto é parecido com o falso contexto, mas ao invés de retirar uma parte do conteúdo, é adicionado um elemento que não estava presente no contexto original. Por exemplo, uma foto de um político pode ser manipulada para incluir uma legenda falsa, mudando o seu significado.

Sátira ou paródia são conteúdos falsos que pretendem fazer humor ou crítica, mas podem ser interpretados como verdadeiros. Por exemplo, um site de notícias falsas que publica uma matéria sobre um político abduzido por alienígenas.

Conteúdo enganoso é um conteúdo que tem uma mistura de informações verdadeiras e falsas, o que pode levar a interpretações incorretas. Por exemplo, um artigo que fala sobre os benefícios de uma dieta, mas mistura informações científicas com achismos sem embasamento.

Conteúdo impostor é quando um conteúdo é feito para parecer que foi criado por uma fonte legítima, mas, na verdade, é falso. Por exemplo, um site de notícias falsas que se passa por um site de notícias confiável.

Conteúdo fabricado é quando um conteúdo é completamente inventado, sem qualquer base na realidade. Por exemplo, uma imagem editada de um animal estranho que foi supostamente encontrado em um lugar remoto. Perante isso, é visto que as *fake news* se enquadram nesta categoria.

Nóbrega (2021) descreve as *fake news* como um tipo de desinformação que consiste em conteúdo impostor, ou seja, uma notícia falsa elaborada para seguir os padrões jornalísticos, para parecer verdadeira e enganar as pessoas.

Assim sendo, verifica-se que o termo *fake news* é apenas uma das várias formas de desinformação existentes. No entanto, a adoção desse

termo se dá pelo fato de ter se tornado amplamente conhecido e divulgado nos últimos anos, o que o torna relevante para o debate sobre o tema. É importante destacar que a definição desse conceito tem sido objeto de discussão e aprimoramento no âmbito acadêmico, a fim de melhor compreender e combater as diferentes formas de desinformação.

1.2.1 *Fake news*: debates acerca do fenômeno social

Para além da sua nomenclatura, as *fake news* têm se mostrado como uma ferramenta política poderosa na contemporaneidade, em especial para a extrema-direita em todo o mundo. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) e publicada na revista *Science* em 2018, as notícias falsas têm uma probabilidade cerca de 70% maior de se tornarem virais do que as notícias verdadeiras. Para chegar a essa conclusão, foram analisadas todas as análises verificadas por seis agências de checagem de informações desde 2006, ano de origem do *X/Twitter*, onde foram disseminadas, até 2017. Esse fenômeno é uma consequência da pós-verdade, um conceito referido à valorização das emoções e crenças pessoais em detrimento dos fatos objetivos na formação de opinião pública.

A pós-verdade é uma condição em que a objetividade dos fatos perde relevância em relação às emoções e crenças pessoais, o que permite que as informações sem comprovação sejam legitimadas. Esse ambiente favorece a disseminação de *fake news*, que encontram espaço e lucratividade em meio às incertezas e desconfianças do público em relação às instituições tradicionais de informação e verificação de fatos. É importante ressaltar que a cultura da pós-verdade não é um fenômeno isolado, mas sim resultado de diversos fatores, como as transformações

sociais, políticas, tecnológicas e culturais que vêm ocorrendo nas últimas décadas.

Embora as *fake news* tenham sido produzidas em menor escala nos últimos anos, elas ganharam maior visibilidade nos últimos anos devido ao contexto cultural e político propício. A popularização do termo se deu principalmente durante a campanha presidencial dos Estados Unidos em 2016, onde foi amplamente utilizado por Trump. É importante ressaltar que a produção e disseminação de *fake news* são ampliadas pelas plataformas digitais, que são acessíveis e favorecem o compartilhamento de conteúdo falso pelos usuários. Esse fenômeno foi apontado por estudiosos do tema, como Meneses (2018) e Canavilhas e Ferrari (2018), como resultado de um contexto social e tecnológico que permite a propagação em massa de desinformação.

Em 2018, o Instituto Mundial de Pesquisa publicou um estudo²² intitulado *Fake news, filter bubbles post-truth and truth*, que constatou que 62% dos brasileiros admitiram já ter acreditado em alguma notícia falsa. Esse índice é superior à média mundial, que é de 48%.

O uso do termo *fake news* gera divergências no meio acadêmico. Segundo Becker e Goes (2020), trata-se de um oxímoro, pois combina duas palavras de sentidos opostos que se excluem mutuamente. Além disso, a sua utilização inadequada por políticos para desacreditar informações que não lhes convêm contribui para aumentar a controvérsia em torno da definição precisa do termo.

Parece-me que quem usa o termo “notícia falsa” quer se referir a uma “mentira contada na forma de notícia”. Ou seja, extrai-se

²² O PERIGO DAS *FAKE NEWS*. Disponível em: https://www.tjpr.jus.br/noticias-2-vice/-/asset_publisher/sTrhoYRKnIQe/content/o-perigo-das-fake-news/14797?inheritRedirect=false. Acesso em: mai. 2022.

artificialmente da notícia seu formato e produz-se um texto que se máscara com alguns princípios do jornalismo. Tudo isso para enganar, ludibriar, divertir, destruir — levar a um falso entendimento do mundo com fins estratégicos. Tudo isso sendo o contrário do que o jornalismo se propõe a ser. “Mentira em forma de notícia” talvez fosse um nome mais sincero para essa nova aberração nos espaços públicos midiáticos (Franciscato, 2017, *online*).

Franciscato (2017) também aborda a questão do termo *fake news* ser considerado uma contradição em si. Ele argumenta que a ideia de notícia já pressupõe a busca pela veracidade dos fatos e a apresentação de informações corretas e confiáveis. Portanto, ao acrescentar o adjetivo *fake* (falso, em inglês) para descrever uma notícia, há uma contradição com a própria definição de notícia, que implica em informações verdadeiras e precisas. Nesse sentido, o termo *fake news* pode ser considerado paradoxal, já que não há possibilidade de existir uma notícia falsa, mas sim informações fabricadas, distorcidas ou manipuladas.

A jornalista Cristina Tardáguilla, responsável pela agência de checagem *Lupa*, argumenta que o termo *fake news* não é apropriado, já que a ideia de algo falso não pode ser considerada notícia. Essa posição, compartilhada por outras agências de checagem, vai além de uma questão semântica e ajuda a desmistificar a relação equivocada entre o termo e a desinformação. A própria *Lupa* reforça essa posição em seu site, indicando que a expressão é inadequada para descrever a complexidade da desinformação e que seu uso impróprio pode contribuir para a deslegitimação do jornalismo profissional²³.

²³ RESENDE, Leandro. ‘Fake news’: usar ou não usar esta expressão? Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/12/23/fake-news-dizer-ou-nao-dizer/>. Acesso em: mar. 2022.

Santaella (2019) argumenta que a disseminação das *fake news* por atores políticos que buscam defender seus interesses em detrimento da verdade acabou por esvaziar o significado da terminologia. Assim, a autora sugere o uso do termo *false news* em vez de *fake news* como uma alternativa mais adequada para descrever a expressão deliberada de informações falsas com fins políticos. Para ela, *false news* reflete melhor a natureza da desinformação, que é fabricada visando enganar, enquanto *fake news* sugere que a notícia é apenas falsa, sem a intenção deliberada de enganar.

Embora existam diferentes perspectivas e opiniões sobre as *fake news* entre os pesquisadores, todos concordam que a classificação deste termo ainda é um assunto controverso. No entanto, argumenta-se que o debate sobre a validade da terminologia não é tão relevante para o avanço do debate na prática concreta. Isso porque o termo *fake news* já foi amplamente difundido em diversos setores da sociedade brasileira e seu uso se tornou comum na mídia e na política. Assim, é mais importante se concentrar na compreensão dos diferentes tipos de desinformação e em como combatê-los, em vez de discutir a adequação do termo *fake news* em si.

O ponto levantado por Gomes (2021) é bastante relevante e traz à tona uma questão importante sobre o debate em torno das *fake news*. Ele sugere que a falta de consenso sobre o termo não se deve necessariamente a uma falta de conceito, mas sim a um excesso de partidarismo. Isso significa que, muitas vezes, as pessoas interpretam informações como falsas ou verdadeiras com base em suas próprias convicções políticas e ideológicas, em vez de analisar os fatos objetivamente²⁴.

²⁴ GOMES, Wilson. Quatro ou cinco coisas que eu sei das *fake news*. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/quatro-ou-cinco-coisas-que-eu-sei-sobre-fake-news/>. Acesso em: out. 2022.

Essa visão partidária e ideológica pode ser especialmente perigosa em um contexto de polarização política, onde as pessoas tendem a se cercar apenas de informações que confirmam suas próprias crenças e a rejeitar informações que as contradizem. Isso pode levar a uma situação em que diferentes grupos políticos acreditam em narrativas completamente diferentes, mesmo quando se trata de fatos objetivos.

Portanto, é importante reconhecer a influência do partidarismo e da polarização política na compreensão das *fake news* e buscar formas de promover um debate mais objetivo e baseado em fatos. Isso pode envolver a adoção de uma abordagem mais crítica em relação às informações que consumimos, bem como o reconhecimento da importância da diversidade de opiniões e da liberdade de imprensa para uma sociedade saudável e democrática.

O autor Gomes (2021) aponta que a disputa em torno do termo *fake news* não está centrada na escolha de uma terminologia mais adequada, mas sim na disputa de significado e significante. Segundo ele, essa disputa pode ser observada em duas perspectivas distintas: a epistemológica e a política.

Por um lado, a definição epistemológica se refere a um conceito mais amplo de desinformação, englobando informações falsas, imprecisas, enganosas ou distorcidas. Já a definição política é mais restrita, abarcando apenas informações falsas criadas e disseminadas com o intuito de influenciar as opiniões públicas e, assim, obter vantagens políticas.

De acordo com Gomes (2021), a confusão surge quando se misturam essas duas definições. Quando se usa o termo *fake news* para se referir a qualquer tipo de desinformação, corre-se o risco de banalizar a gravidade do problema. Por outro lado, quando se restringe a definição a

informações criadas e disseminadas com intuito político, corre-se o risco de limitar o debate e excluir outras formas de desinformação.

Além disso, a classificação de *fake news* pode ser subjetiva e influenciada por interesses políticos e econômicos. Por exemplo, um governo pode rotular uma notícia verdadeira como *fake news* simplesmente porque ela expõe alguma falha ou problema do governo. Isso pode ser uma forma de limitar a liberdade de imprensa e a democracia, uma vez que os cidadãos têm o direito de estar informados sobre questões que afetam suas vidas.

Dessa forma, Gomes (2021) defende a importância de se manter a terminologia *fake news*, mas é necessário que se faça uma distinção clara entre a definição epistemológica e a política, a fim de evitar confusões e desinformações na discussão do assunto. Além disso, é fundamental que se combata a partidarização da questão, buscando-se um consenso em torno de critérios objetivos e imparciais para a identificação e combate às *fake news*.

Para Gomes (2021, s/p), as *fake news* não são as únicas armas para a desinformação, pois

o que temos então nas estratégias de comunicação baseadas em manipulação e enganos é uma mistura de falsas informações, outros tipos de informação, falsas narrativas de conspiração, narrativas discutíveis, em suma, de qualquer tipo de relato narrativo ou descritivo.

Wardle e Derakhshan (2017) propõem uma alternativa ao termo *fake news*, sugerindo a utilização de "desordem informacional". Além disso, eles identificam três variações de desinformação: *Dis-information*; *Mis-information* e *Mal-information*:

Desinformação: informações falsas conscientemente compartilhadas para causar danos a uma pessoa, grupo, organização ou país.

Informação errada: informações falsas, mas não são criadas com a intenção de causar dano.

Informação mal-intencionada/Má-informação: informações baseadas na realidade, mas usadas para causar dano a uma pessoa, organização ou país (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 20, tradução nossa).

A abordagem de Wardle e Derakhshan (2017) destaca a complexidade do fenômeno da desinformação, que não se restringe apenas à difusão de informações falsas com intenção maliciosa. Os autores ressaltam que a terminologia *fake news* é insuficiente para descrever as diversas formas de desordem informacional, que incluem desde informações enganosas, sem intenção de causar danos, até a difusão deliberada de informações falsas com intuito de prejudicar ou manipular a opinião pública.

Ademais, a apropriação do termo *fake news* por políticos e grupos de interesse gera uma disputa de narrativas, na qual a acusação de disseminação de *fake news* muitas vezes é utilizada como estratégia para deslegitimar o discurso do oponente e reforçar a própria posição. Essa disputa de narrativas pode obscurecer a análise crítica e a compreensão do problema, dificultando a elaboração de políticas públicas efetivas para combater a desordem informacional.

Esse uso frequente e equivocado do termo *fake news* pelos políticos acaba gerando uma desinformação ainda maior na sociedade. Ao rotular como *fake news* qualquer notícia que os desagrade, esses políticos criam uma narrativa que desacredita a imprensa e, conseqüentemente, dificulta a verificação de informações verdadeiras e importantes para a sociedade. Isso é extremamente preocupante, especialmente em países como o Brasil,

que já enfrentam problemas crônicos de corrupção e de transparência na gestão pública. A deterioração da relação entre imprensa e governo, apontada pelos Repórteres Sem Fronteiras, é um indicativo claro da preocupante situação da liberdade de imprensa no país e da necessidade de se combater a desinformação e a desordem informacional de forma efetiva. De acordo com a ONG, o Brasil subiu apenas um lugar no *ranking* de liberdade de imprensa, passando da posição 111 em 2021 para 110 em 2022, indicando uma situação ainda preocupante²⁵.

A disseminação de *fake news* pretende confundir o leitor e impedir a construção de um pensamento crítico, em vez de apresentar fatos baseados em evidências. Esse aspecto, destacado por Flores (2017), é um dos principais motivadores da proliferação de *fake news* na era da pós-verdade. A pós-verdade é um fenômeno caracterizado pela manipulação da opinião pública através de informações distorcidas, criadas para reforçar crenças preexistentes e não necessariamente baseadas em fatos comprováveis. As *fake news* e a pós-verdade estão intimamente relacionadas, e ambas contribuem para um contexto de desinformação generalizada, tornando-se, assim, um desafio cada vez mais urgente para a sociedade lidar com esses fenômenos.

Paula, Silva e Blanco (2018) estão corretos ao afirmarem que as *fake news* e a pós-verdade não são sinônimos, apesar de compartilharem algumas similaridades. Enquanto as *fake news* são construídas por informações falsas que não têm a obrigação de serem verdadeiras, a pós-verdade se refere ao uso de informações parciais ou distorcidas para criar uma narrativa que apela às emoções e crenças pré-existentes do

²⁵ BRASIL FICA EM 110º LUGAR NO RANKING DE LIBERDADE DE IMPRENSA NO MUNDO. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2022/05/04/brasil-fica-em-110-lugar-no-rank-de-liberdade-de-imprensa-no-mundo.ghtml>. Acesso em: jun. 2022

público, em detrimento da verdade factual. Dessa forma, as *fake news* podem ser vistas como uma ferramenta para disseminar a pós-verdade, mas não são idênticas a ela.

De acordo com Teixeira (2018), o conceito de *fake news* sofreu modificações com o surgimento das plataformas digitais de comunicação, em especial as redes sociais. A autora caracteriza as *fake news* como:

[...] também como mentiras, boatos e notícias fraudulentas, as *fake news* estabelecem novas relações de poder quando se impõem como a verdade ou disputam o lugar do que deve ser tido como verdadeiro. Estabelecem relações de poder porque dividem com outros enunciadores o controle dos discursos que funcionam como verdadeiros numa determinada sociedade (Teixeira, 2018, p. 15).

Teixeira (2018) enfatiza que as *fake news* surgem a partir de disputas de poder no âmbito discursivo, onde a falsidade é apropriada como verdade por meio de instrumentos ideológicos. Dessa forma, uma vez que são consideradas verdadeiras, elas se tornam detentoras da "política da verdade" e passam a controlar as disputas de narrativas dentro dos discursos.

Chapman (2017) propõe três aspectos característicos das *fake news*: **desinformação**, **desconfiança** e **manipulação**. A desinformação é uma estratégia que visa apresentar informações falsas como verdadeiras. A desconfiança é outra característica importante das *fake news*, uma vez que elas buscam minar a credibilidade das fontes de informação estabelecidas, como a imprensa tradicional. Já a manipulação procura influenciar a opinião pública em relação a determinados temas, muitas vezes com fins políticos ou ideológicos. Esses traços, segundo a autora, são criados para

confundir os sujeitos perante os fatos objetivos e, assim, dificultar a sua capacidade de discernimento e tomada de decisão.

Para os dias atuais, as *fake news*, segundo Becker e Goes (2020, p. 49), “implicam questionamentos sobre a objetividade e a credibilidade do discurso jornalístico, princípios que ancoram esta prática profissional, quando os recursos editoriais empregados não são transparentes para os leitores.”

Alves e Maciel (2020, p. 151) classificam as *fake news* como uma “produção de ‘informação de combate’”, voltada para corroborar narrativas pré-estabelecidas e fortalecer uma determinada posição, pouco importando a qualidade do trabalho de investigação ou de apuração dos fatos”. Os autores destacam que a disseminação de *fake news* é facilitada pelo cenário de extremismo político, crise econômica, desconfiança nas instituições e veículos midiáticos, que contribuem para a proliferação de discursos de ódio, campanhas difamatórias e teorias da conspiração.

Segundo a jornalista Bia Barbosa, coordenadora da Incidência da Repórteres sem Fronteiras (RSF) para América Latina, os discursos de Bolsonaro e seus aliados têm contribuído para o aumento da hostilidade e violência contra jornalistas. Durante uma audiência pública realizada pela Comissão de Direitos Humanos do Senado em junho de 2022, Barbosa afirmou que os ataques à imprensa por parte do presidente e seus aliados criam um ambiente hostil e perigoso para os jornalistas, e que isso tem impactado diretamente na liberdade de imprensa e no direito à informação. Além disso, os dados da ONG Repórteres Sem Fronteiras mostram que, apenas no primeiro semestre de 2021, foram registrados 330 ataques de Bolsonaro à imprensa, representando um aumento de 74% em relação ao ano anterior. E Bia denuncia:

Eu queria destacar o mapeamento que o Repórteres sem Fronteiras faz dos ataques do que a gente chama de Sistema Bolsonaro, que envolve o presidente, os seus filhos, ministros e apoiadores mais diretos. Para vocês terem uma ideia, durante três meses do ano passado, em parceria com o Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro, nós monitoramos hashtags de hostilidade de ataques a jornalistas e comunicadores numa rede social e, somente em três meses, a gente coletou mais de meio milhão de postagens atacando a imprensa²⁶.

No dia 5 de junho de 2022, o jornalista britânico Dom Philips e o indigenista Bruno Pereira foram brutalmente assassinados durante uma viagem ao Vale do Javari, supostamente por madeireiros e narcotraficantes. Esses terríveis acontecimentos são uma triste evidência dos constantes ataques à imprensa e aos defensores dos direitos humanos no governo Bolsonaro, comprovados pelos dados divulgados pela ONG Repórteres sem Fronteiras. As mortes de Philips e Pereira são um alerta para a urgente necessidade de combater a discriminação e a violência contra as comunidades marginalizadas, incluindo os povos indígenas que vivem na região.

Além disso, destacam a necessidade de se proteger e valorizar a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão, direitos fundamentais que são constantemente ameaçados por discursos autoritários e antidemocráticos. O assassinato de jornalistas e defensores dos direitos humanos é uma grave violação desses direitos, e deve ser combatido com rigor pelas autoridades competentes. É preciso haver uma investigação completa e imparcial desses casos, para que os responsáveis sejam levados

²⁶ BAPTISTA, Rodrigo. Jornalistas denunciam aumento de ataques à imprensa durante o governo Bolsonaro. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro>. Acesso em: jun. 2022.

à justiça e a impunidade não prevaleça. Além disso, é importante serem tomadas medidas efetivas para garantir a segurança e a integridade física dos jornalistas e defensores dos direitos humanos em todo o país, especialmente em regiões de conflito e vulnerabilidade social.

As constantes declarações do governo Bolsonaro contra a imprensa não se limitaram apenas a esse episódio. Segundo a ONG Repórteres sem Fronteiras, houve um aumento de 74% nos ataques à imprensa por parte do ex-presidente e seus aliados no primeiro semestre de 2021 em comparação com o ano anterior. Esse discurso de descredibilização da imprensa teve um impacto direto na sociedade, favorecendo a disseminação de *fake news* e informações distorcidas.

Infelizmente, a disseminação de informações falsas tem consequências graves, como evidenciado pelo assassinato do jornalista britânico Dom Philips e do indigenista Bruno Pereira no Vale do Javari. Essas mortes são uma consequência direta da violência contra os defensores dos direitos humanos e da negligência do governo em garantir a segurança desses profissionais.

A reportagem divulgada pelo repórter Lucas Neiva, do site Congresso em Foco, denunciando um esquema de produção de *fake news* em favor de Bolsonaro, gerou ameaças ao jornalista. O texto revelou a existência de grupos dispostos a pagar pela disseminação de informações falsas durante as eleições de 2022. Essas ações contribuem para a desinformação e para a falta de transparência no processo eleitoral. Para enfrentar esse problema, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e o Supremo Tribunal Federal (STF) firmaram um documento de combate à disseminação de conteúdos falsos nas eleições, que inclui medidas para verificar informações e ações para promover a divulgação de informações corretas.

Conforme pesquisa realizada pelos institutos IDEIA e Vero, divulgada em junho de 2022, 79% dos brasileiros consideram a disseminação de *fake news* um problema sério na sociedade. A pesquisa aponta que a maioria das pessoas que reconhecem a gravidade do problema são aquelas sem religião e com nível superior de educação. Além disso, os resultados indicam que as redes sociais digitais mais impactadas pelas informações falsas são o *Facebook* e o *WhatsApp*. Apesar da preocupação com as *fake news*, a desconfiança constante gera uma descrença generalizada nas fontes de informação e nas instituições, como a imprensa, o judiciário e até mesmo a própria democracia.

Os algoritmos das redes sociais digitais têm um papel importante na propagação das *fake news*. Esses algoritmos são responsáveis por direcionar aos usuários conteúdos que sejam mais relevantes para eles, levando em conta o que eles já visualizaram, curtiram e compartilharam anteriormente. Com isso, os usuários acabam sendo inseridos em bolhas de informações que reforçam suas próprias certezas, limitando o acesso a pontos de vista divergentes e possibilitando a disseminação de informações falsas sem contrapontos. Além disso, as redes sociais digitais têm sido utilizadas para manipulação de opinião pública e disseminação de desinformação, o que pode ter impactos graves na sociedade e na democracia, é o que ressaltam Canavilhas e Ferrari (2018).

Segundo Canavilhas e Ferrari (2018, p. 38), como as pessoas consomem informações hoje em dia tem sido um fator significativo na propagação de *fake news* na era da pós-verdade. Devido ao consumo acelerado e superficial de informações, muitas vezes não há tempo para uma análise detalhada e crítica, o que pode levar à disseminação de desinformação, pois “na maioria das vezes os consumidores partilham a informação apenas pelo título, sem ler o texto completo ou mesmo checar a

fonte de informação”. Considerando o cenário atual em que as *fake news* são disseminadas com frequência, destaca-se a importância do papel do comunicador e suas habilidades em curadoria algorítmica de informação como uma possível solução para reduzir a disseminação dessas informações falsas.

O fenômeno das *fake news* é influenciado pela intensa conectividade entre as pessoas na era digital, como destacam Canavilhas e Ferrari (2018). A facilidade de compartilhamento de informações nas redes sociais digitais, combinada com a falta de verificação e a tendência a acreditar no que reforça as próprias crenças, favorece a disseminação de informações falsas. Assim, é fundamental reconhecer que a mudança no comportamento dos indivíduos na internet é um fator crucial para a propagação das *fake news*. Nesse sentido, é necessário investir em estratégias para aprimorar a curadoria algorítmica de informações, bem como incentivar a educação crítica e o desenvolvimento de habilidades para a checagem de informações antes de compartilhá-las.

O raciocínio de Foucault (2014) sobre dispositivos disciplinares é relevante para compreendermos o impacto das *fake news* na sociedade. As práticas discursivas disciplinadoras utilizadas na produção das *fake news* pretendem controlar e manipular corpos, transformando-os em corpos dóceis e obedientes aos interesses do poder que controla as disputas de sentido. Isso ocorre sem a necessidade de recorrer à coerção, uma vez que as *fake news* buscam "fabricar" indivíduos que se adequam ideologicamente ao poder.

Isso ocorre porque as *fake news* utilizam estratégias de persuasão e manipulação para moldar a opinião pública e direcionar o comportamento dos indivíduos conforme os interesses de quem as produz. Essas práticas discursivas disciplinadoras dispensam o uso da coerção física, porém têm o

poder de influenciar como as pessoas pensam, agem e percebem a realidade.

Assim, as *fake news* podem ser entendidas como uma forma contemporânea de exercício de poder, que busca controlar e manipular os corpos e as subjetividades das pessoas de maneira mais sutil e invisível. Dessa forma, é importante estar atento aos discursos e informações que circulam nas redes sociais e demais meios de comunicação, e buscar sempre verificar sua veracidade e fonte, a fim de não se tornar refém de dispositivos disciplinares que visam controlar e moldar nossas percepções e comportamentos.

Dessa forma, as *fake news* atuam como mecanismos de controle e manipulação que visam a fabricação de indivíduos dóceis e conformados aos interesses dos que controlam as disputas de sentido. Esse tipo de estratégia pode ser observado em diversos contextos, como nas eleições políticas, em que as *fake news* são utilizadas para manipular a opinião pública e interferir no resultado das eleições, ou na pandemia da COVID-19, em que as *fake news* são disseminadas para promover teorias conspiratórias e desacreditar as informações científicas e as medidas de prevenção recomendadas pelos órgãos de saúde. Assim, é importante compreender o papel das *fake news* como dispositivos disciplinares na sociedade contemporânea e buscar formas de combatê-las, seja por meio de políticas públicas, educação midiática ou aprimoramento das práticas de checagem e verificação de informações.

As *fake news* são informações falsas ou distorcidas que são criadas e divulgadas visando enganar e manipular a opinião pública. Geralmente são produzidas por grupos ou indivíduos que possuem interesses em controlar a narrativa pública, seja por motivos políticos, econômicos ou ideológicos. A disseminação dessas notícias falsas é facilitada pelas redes

sociais digitais, que permitem o compartilhamento rápido e fácil de informações. As *fake news* são, portanto, uma ameaça à democracia e à livre circulação de informações confiáveis e imparciais.

A pós-verdade, por sua vez, é um fenômeno que se manifesta quando as emoções e as crenças pessoais têm mais peso na formação da opinião pública do que os fatos objetivos. Nesse sentido, a pós-verdade pode ser vista como uma consequência da disseminação das *fake news*, pois essas informações falsas acabam sendo aceitas como verdadeiras por parte do público, em função de suas emoções, crenças e ideologias. Além disso, o excesso de informações e a desconfiança nas instituições também contribuem para o fenômeno da pós-verdade, enquanto as pessoas tendem a buscar informações que confirmem suas crenças e a rejeitar informações que as contradigam, sem se preocupar com a sua veracidade.

Gomes (2018, p. 38) destaca que o objetivo da disseminação das *fake news* “é que haja circulação, repercussão e as notícias sejam compartilhadas ao máximo”. A desinformação política é um problema grave que afeta a democracia e a participação cidadã. As *fake news* têm sido usadas como uma ferramenta de desinformação em diversos processos eleitorais em todo o mundo, inclusive no Brasil. Dados compartilhados pela Transparência Internacional apontam que, em 2018, 82% dos pesquisados afirmaram que as eleições foram influenciadas pelas *fake news*. Essas informações falsas afetam a legitimidade do processo eleitoral e podem levar a resultados que não refletem a vontade popular. No caso brasileiro, é possível argumentar que a vitória de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018 foi influenciada pela disseminação de *fake news*. Portanto, é importante que os eleitores estejam conscientes da existência e dos efeitos das *fake news* para poderem tomar decisões informadas e garantir a saúde da democracia.

Embora a *internet* tenha possibilitado a criação de novas formas de expressão, identidades e perspectivas culturais, é inegável que ela também tem contribuído para a disseminação de desinformação e manipulação. Especialmente nos últimos anos, as *fake news*, teorias conspiratórias e discursos de ódio têm se espalhado de maneira alarmante nas plataformas digitais, causando danos irreparáveis à sociedade.

Um dos principais motivos para a disseminação de desinformação na *internet* é o efeito de recirculação, em que as informações falsas são compartilhadas e amplificadas por usuários que as acreditam e as disseminam sem questionar sua veracidade. Isso pode gerar uma onda de desinformação que se espalha rapidamente, afetando a opinião pública e a tomada de decisão em diversos setores.

1.2.2 *Fake news* e recirculação: o fluxo das informações falsas na rede

A recirculação é um dos principais fatores que contribuem para a disseminação das *fake news* na *internet*. Quando uma informação falsa é compartilhada várias vezes, ela se torna mais visível e pode ser vista como verdadeira por muitas pessoas, mesmo sem evidências que a comprovem. A recirculação também pode ser potencializada pelas plataformas digitais, que tendem a favorecer o engajamento em conteúdos polarizados e sensacionalistas, ampliando ainda mais o alcance das *fake news*.

Segundo Zago (2017), essa prática pode levar à construção de novos significados, pois os usuários filtram e compartilham as notícias de acordo com suas próprias perspectivas e opiniões, muitas vezes distorcendo a ideia original transmitida pelo jornalista. Por isso, é fundamental que os comunicadores assumam um papel de curadoria

algorítmica de informações, verificando e selecionando as notícias antes de compartilhá-las nas redes sociais digitais. Dessa forma, é possível reduzir a propagação de informações falsas e melhorar a qualidade da informação disponível na *internet*.

A recirculação de notícias nas redes sociais digitais pode contribuir para a criação de novos significados à medida que os usuários filtram e compartilham as informações para seus seguidores, muitas vezes alterando o sentido original transmitido pelo jornalista, pois “ao compartilhar notícias, os usuários também estão filtrando essas notícias para seus amigos, atuando como curadores de conteúdo e ajudando a dar mais visibilidade a determinadas notícias em detrimento de outras” (Zago, 2017, p. 5).

O processo de recirculação, conforme Zago (2017, p. 90), é considerado “atividades que promovem a circulação em torno do acontecimento jornalístico. Assim, seriam três atividades principais: filtro, comentário e avaliação de notícias”. A autora divide o processo de recirculação de notícias em duas etapas: a circulação e a recirculação. Dessa forma, é possível argumentar que, ao ser comentada e filtrada por um usuário, uma determinada notícia adquire um novo significado e é consumida de maneira diferente.

Ainda conforme Zago (2011, p. 60) “os indivíduos teriam acesso a uma experiência fragmentada e multifacetada das notícias”. A autora traz uma reflexão relevante sobre como a experiência das notícias pode ser fragmentada e multifacetada para os indivíduos na era digital. Com a ampliação do acesso à internet e das redes sociais, as pessoas têm à disposição uma infinidade de fontes de notícias e opiniões, o que pode possibilitar uma experiência mais diversa e abrangente em relação ao consumo de informações.

Ainda assim, é importante destacar que essa fragmentação pode gerar efeitos negativos, como a disseminação da desinformação e a polarização política. A escolha individual de quais fontes de notícias e opiniões acessar pode levar a uma reafirmação constante de crenças já estabelecidas, ignorando perspectivas diferentes e importantes. Além disso, há o risco de que a fragmentação resulte em uma análise superficial e limitada dos eventos noticiosos, visto que as informações são apresentadas de forma fragmentada e em alta velocidade.

A cultura do compartilhamento, juntamente com a organização descentralizada das redes sociais digitais, são fatores que contribuem para a recirculação de *fake news*. Quando um usuário compartilha uma informação falsa, ele está contribuindo para que essa informação se torne mais visível e, conseqüentemente, seja compartilhada por mais pessoas. A organização descentralizada das plataformas digitais permite que qualquer pessoa possa criar e disseminar conteúdos, o que pode favorecer a propagação de informações falsas.

Além disso, a arquitetura das plataformas incentiva o engajamento dos usuários, criando um ambiente propício para que as *fake news* sejam compartilhadas e recirculadas. As redes sociais digitais, por exemplo, utilizam algoritmos que selecionam os conteúdos que aparecem no *feed* de notícias dos usuários, levando em conta a popularidade e o engajamento desses conteúdos. Dessa forma, as informações polarizadas, sensacionalistas e falsas tendem a ganhar mais destaque e a serem mais recirculadas.

Além disso, a organização descentralizada das redes sociais digitais dificulta o controle da disseminação de *fake news*. Diferentemente dos meios de comunicação tradicionais, onde há uma estrutura hierárquica e uma equipe de profissionais responsáveis pela produção e verificação das

informações divulgadas, nas redes sociais digitais qualquer usuário pode produzir e compartilhar conteúdo, sem nenhum tipo de filtro ou supervisão.

O estudo de Zago (2011) demonstrou que o *Twitter* mudou como as notícias são compartilhadas, uma vez que uma notícia pode ser divulgada rapidamente em sua forma bruta, sem ter passado por uma verificação ou edição jornalística. Esse processo de disseminação de notícias em tempo real pode levar a erros e informações falsas se os usuários não verificarem a fonte ou a veracidade da notícia antes de compartilhá-la. Além disso, a velocidade com que as notícias se espalham no *Twitter* pode dificultar a identificação de informações falsas e a correção de erros.

Com a informação podendo circular direta e rapidamente, antes de ser confirmada ou verificada, o consumo pode ser dado a partir do material bruto. Ao mesmo tempo que diminui a intervenção jornalística, mais informações falsas podem circular em espaços como as redes sociais na internet, o que reforça a necessidade de filtros para as informações, refletidos em escolhas como quem seguir no Twitter, ou quais blogs acompanhar a partir de feeds. O compartilhamento de notícias após o consumo é algo relativamente comum no ambiente online [...] (Zago, 2011, p. 62).

De acordo com Zago (2011), a recirculação de notícias nas redes sociais digitais é um processo que pode atribuir novos sentidos às informações. Isso porque, ao serem filtradas e compartilhadas pelos usuários, as notícias são reinterpretadas e ganham novos significados. Essa nova etapa do processo de circulação de notícias é possibilitada pelo advento da *internet* e das redes sociais digitais, que permitem que as pessoas tenham acesso a uma grande variedade de fontes de informação.

Zago (2011) aponta para duas atividades exercidas pelo usuário no processo de recirculação de notícias nas plataformas digitais: o filtro e o

comentário. O filtro ocorre quando o usuário compartilha uma notícia, com ou sem mudanças, ou utiliza links que direcionam para o conteúdo original. Já o comentário acontece quando o usuário produz críticas ou ironias ao conteúdo jornalístico. Ambos os aspectos são considerados por Zago (2011) como potencializadores da circulação das informações jornalísticas nas plataformas digitais. Dessa forma, é possível compreender a recirculação como uma subetapa da produção jornalística que se estende à circulação, e é alimentada pelos filtros e comentários dos usuários.

O fenômeno das *fake news* está cada vez mais presente em nossa sociedade, especialmente com a popularização das redes sociais digitais e da *internet* em geral. Segundo Carvalho (2020), é importante distinguir as *fake news* de fofocas ou boatos, uma vez que as primeiras são informações falsas disseminadas de forma intencional em ambientes digitais em uma sociedade em rede.

Silva (2022, p. 145), por sua vez, explica o processo acerca da disseminação de *fake news* nas redes da seguinte forma:

O fenômeno da informação falsa passou a ser multiplicado por um novo modelo que se baseia em uma tríade: criar um boato, fortalecê-lo por meio da mentira e disseminar em fontes de informação de acesso público. Esses recursos permitem e diversificam a disseminação de informações falsas. Os mecanismos utilizados nessa tríade visam essencialmente capturar a atenção dos usuários da Internet que gerem impacto e convençam o usuário a compartilhar e ampliar sua aceitação. O objetivo é simples: manipular a realidade dos fatos. Esse mecanismo envolve, por exemplo, desacreditar uma figura pública, desestabilizá-la ou minar sua reputação. Uma vez que o boato é compartilhado pelo maior número de pessoas, ela se torna crível. O mesmo “esquema” funciona para alterar a realidade sobre qualquer conceito ou realidade diferente da crença do disseminador de uma notícia falsa. Nos tempos

contemporâneos, a mudança qualitativa e quantitativa na disseminação de informações é uma virada na maneira como recebemos conteúdos de toda natureza, ampliando o alcance e o poder da informação, centralizado em grandes centros da mídia.

Silva (2022) observa que as informações falsas têm se espalhado com maior facilidade na era da internet e das redes sociais digitais, devido a um novo modelo de disseminação. Esse modelo é baseado em uma tríade de ações: a criação de boatos, o fortalecimento por meio de mentiras e a disseminação em fontes de acesso público. Com esses recursos, é possível disseminar informações falsas de forma mais ampla e diversificada, visando manipular a realidade dos fatos e convencer os usuários a compartilhar e ampliar sua aceitação.

Silva (2022) destaca que a velocidade da propagação de informações falsas é muito maior do que a capacidade de verificação dos fatos, tornando o problema ainda mais grave. Além disso, as redes sociais digitais são frequentemente utilizadas como ferramentas para disseminar essas informações, muitas vezes aproveitando-se da emoção e da polarização para ampliar seu alcance.

Silva (2022) também ressalta que o mecanismo de disseminação de informações falsas funciona por meio da desacreditação de figuras públicas ou conceitos diferentes da crença do disseminador. Esse mecanismo busca criar boatos, fortalecê-los por meio de mentiras e disseminá-los em fontes de acesso público, visando manipular a realidade dos fatos e convencer os usuários a compartilharem e ampliarem a aceitação dessas informações falsas.

Segundo Silva (2022), esse modelo de disseminação de informações falsas é qualitativo e quantitativo, ampliando o alcance e o poder da informação, que eram anteriormente centralizados em grandes

centros de mídia. O fato de as redes sociais digitais permitirem que qualquer pessoa publique e compartilhe informações pode resultar na disseminação de notícias falsas e desinformação de forma mais diversificada e ampla.

Na contemporaneidade, a mídia e as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) têm se tornado cada vez mais presentes na vida cotidiana dos indivíduos, interferindo diretamente nas formas como as pessoas se relacionam, se comunicam e se informam. Esse fenômeno, conhecido como midiaticização, é resultado da crescente importância que a mídia tem assumido na sociedade contemporânea, tanto como meio de comunicação quanto como produtora de sentido. Themudo e Almeida (2020, p. 214) consideram que “a crescente virtualização das relações sociais. Este processo perpassa, portanto, relações entre os indivíduos, instituições e processos de comunicação”.

Nesse contexto, as imagens desempenham um papel fundamental, uma vez que conseguem transmitir informações e valores de maneira mais rápida e eficiente do que a palavra escrita. Com o advento da *internet* e das redes sociais digitais, a produção e circulação de imagens foram potencializadas, fazendo com que as relações sociais dos sujeitos pós-modernos sejam mediadas por elas.

O avanço das TICs e a crescente utilização das redes sociais digitais tornaram a midiaticização ainda mais presente na vida dos indivíduos. Nesse contexto, as *fake news* surgem como uma das principais consequências da hibridização entre o mundo físico e o virtual, promovida pela midiaticização (Themudo; Almeida, 2020).

A propagação das *fake news* na era da midiaticização é facilitada pela alta conectividade entre as pessoas, bem como pela disseminação em massa das informações por meio das redes sociais digitais. Ainda assim, é

importante ressaltar que a midiaticização também pode ser um importante aliado na luta contra as *fake news*, por meio do uso de tecnologias de checagem de fatos e da promoção da educação midiática.

De acordo com Debord (2000), na era do espetáculo, os indivíduos acreditam que estão condicionados a acumular espetáculos, levando à alienação por meio da contemplação de uma realidade fragmentada e das representações do mundo que não são necessariamente verdadeiras. Nesse contexto, a vida dos usuários é reduzida a *pixels*, estando sob a influência da Sociedade do Espetáculo, como Debord (2000) entende na potencialização das *fake news*.

Nesse sentido, é possível argumentar que a sociedade contemporânea é marcada pela produção e consumo de imagens, tendo como consequência a perda de contato com a realidade concreta e apropriação do virtual algo real. Isso é potencializado pelo papel central das plataformas digitais na vida das pessoas, utilizadas como meio de interação social, informação e entretenimento. No entanto, essa relação estreita entre o indivíduo e as plataformas digitais pode contribuir para a propagação de *fake news*, uma vez que as informações falsas podem ser facilmente compartilhadas e recirculadas em um ambiente de interação social mediado pela tecnologia.

Essa fragmentação da realidade é agravada pela própria arquitetura das redes sociais digitais, que tendem a apresentar conteúdos polarizados e sensacionalistas, que geram engajamento e recirculação, mas nem sempre correspondem à realidade. Como resultado, a vida dos usuários é cada vez mais mediada por imagens, notícias e informações que não necessariamente correspondem à realidade, mas são assimiladas e compartilhadas como tal.

Além disso, a Sociedade do Espetáculo contribui para a deslegitimação de instituições, como governos e meios de comunicação tradicionais, percebidos como parte de um sistema que produz e reproduz os espetáculos que alimentam a sociedade. Essa deslegitimação abre espaço para o surgimento de discursos e ideologias extremistas, que se aproveitam da desconfiança generalizada para disseminar suas mensagens.

Nesse sentido, a Sociedade do Espetáculo contribui para a propagação das *fake news*, já que a busca por informações espetaculares, que causem impacto e gerem engajamento, leva muitas vezes à disseminação de informações falsas, distorcidas ou sensacionalistas. As redes sociais digitais, por sua vez, ampliam essa dinâmica ao favorecerem conteúdos polarizados e sensacionalistas, incentivando o compartilhamento de informações sem a devida verificação. Dessa forma, a busca por espetáculo e a cultura do compartilhamento, impulsionadas pela Sociedade do Espetáculo e pelas redes sociais digitais, colaboram para a disseminação das *fake news* na sociedade em rede.

A Sociedade do Espetáculo pode ser considerada um fator contribuinte para a disseminação das *fake news*, uma vez que a representação fragmentada da realidade na qual os indivíduos estão imersos pode torná-los mais suscetíveis a acreditar em informações falsas, sem buscar por evidências que as comprovem. Além disso, a cultura do compartilhamento que permeia as redes sociais digitais favorece a rápida disseminação das *fake news*, gerando um círculo vicioso no qual as informações falsas ganham cada vez mais visibilidade e se tornam ainda mais difíceis de combater.

Massoni, Martins e Del Sent (2022, p. 171) ressaltam:

[...] devemos refletir acerca da disseminação de fake news, em que as pessoas, desejosas por participar — interagir e

comunicar-se — com os demais atores sociais, retroalimentam a circulação de informações falsas. Com isso, parece-nos que a máxima — o importante é participar — está inteiramente ligada à coação do indivíduo pela sociedade do espetáculo em que está inserido. Nesses moldes, entendemos que é preciso aparecer, seja como for, sendo necessário participar, de qualquer modo, para pertencer à sociedade do espetáculo. A dramatização e a espetacularização da vida real tornam-se combustível e bússola do ser humano, orientado — e desorientado — pela desinformação guiada por interesses escusos.

Massoni, Martins e Del Sent (2022) estão nos alertando para o perigo das *fake news*, que são informações falsas que se espalham rapidamente na *internet*. Os autores consideram que as pessoas muitas vezes compartilham essas informações falsas porque desejam participar e se comunicar com outras pessoas nas redes sociais digitais, e acabam ajudando a espalhar as *fake news* ainda mais. Isso acontece porque as redes sociais digitais são como uma grande vitrine, onde as pessoas querem aparecer e serem vistas pelos outros.

Cabe ressaltar que essa busca por visibilidade pode levar as pessoas a se desinformarem e acreditarem em coisas que não são verdadeiras, pois acabam sendo orientadas por interesses escusos por trás dessas informações falsas. Portanto, é importante ficar atento e sempre buscar fontes confiáveis antes de compartilhar qualquer informação na *internet*, para evitar a disseminação de *fake news* e ajudar a construir uma sociedade mais informada e consciente.

O espetáculo das *fake news* é potencializado pelo meio digital: seu público é gigantesco e as possibilidades de interação deste com o espetáculo são diversas. Em um minuto, é possível retuitar, curtir ou comentar. Não há melhor palco que as telas digitais. Proporcionam, ainda, ilimitado uso de recursos imagéticos, onde

vídeos e imagens alterados digitalmente elucidam acontecimentos inexistentes no mundo concreto, mas nem por isso menos verdadeiros no real comunicacional. A veracidade do fato, portanto, tende à irrelevância, na medida que este é sentido e apreendido em seu peso de verdade pelo indivíduo imerso em uma prótese midiática. Mais que isto, este peso de verdade repercutirá no mundo concreto, uma vez que se opera a partir deste real comunicacional, desta prótese midiática. Deste modo, ainda que desmentida, as fake news tendem a repercutir, pois operam de um mundo diverso, embora superposto ao mundo concreto (Themudo; Almeida, 2020, p. 223).

Isso ocorre porque as *fake news* são muitas vezes sensacionalistas, geram impacto emocional e possuem um forte apelo popular. Por isso, acabam sendo compartilhadas sem que haja uma verificação prévia da sua veracidade, contribuindo para a sua disseminação em larga escala. Assim, a busca por popularidade e a necessidade de pertencimento à sociedade do espetáculo acabam se tornando um incentivo para que as pessoas compartilhem informações sem antes verificar sua veracidade. Além disso, a cultura do compartilhamento em redes sociais digitais pode ser vista como uma forma de construção de identidade e pertencimento a grupos, o que pode levar as pessoas a compartilharem informações sem uma análise crítica adequada.

Podemos relacionar essa ideia da Sociedade do Espetáculo, proposto por Debord (2000), e a necessidade de participação com o fenômeno das bolhas sociais. As bolhas são ambientes virtuais que se formam dentro das redes sociais, em que as pessoas são expostas apenas a informações e opiniões que confirmam suas próprias visões de mundo e valores, sem considerar outros pontos de vista ou informações que possam desafiar suas crenças.

Dessa forma, a necessidade de participação na sociedade do espetáculo e a busca por reconhecimento pode levar as pessoas a se juntarem a bolhas que reforçam suas opiniões e crenças, e, por consequência, compartilhem informações falsas que confirmam essas visões de mundo. Assim, a disseminação de *fake news* é potencializada em ambientes de bolhas, em que as informações são compartilhadas e reforçadas entre pessoas com visões de mundo similares, sem serem questionadas ou verificadas de forma crítica.

Essa dinâmica da Sociedade do Espetáculo, combinada com o fenômeno das bolhas, pode levar à formação de comunidades virtuais que compartilham ideias e informações falsas, amplificando o alcance das *fake news* e aprofundando a polarização. As bolhas são espaços virtuais em que as pessoas interagem com indivíduos que têm crenças e opiniões semelhantes, reforçando suas próprias visões de mundo e rejeitando as opiniões divergentes. Dessa forma, as bolhas contribuem para a criação de uma realidade alternativa e a desinformação se torna mais difícil de ser combatida, já que as pessoas que estão presas nas bolhas tendem a rejeitar informações que contradizem suas crenças.

D’Ancona (2018, p. 52) argumenta que as bolhas contribuem para um viés de confirmação, que consiste em “aceitar apenas informações, verdadeiras ou não, que correspondem às nossas opiniões, em vez de baseamos nossas opiniões nas evidências que estão por aí”. Isso significa que as pessoas ficam presas em bolhas que somente permitem a entrada de informações que confirmem suas próprias crenças e perspectivas, reforçando ainda mais sua visão de mundo e restringindo sua exposição a perspectivas divergentes.

Esse fenômeno pode ser agravado pela ação de algoritmos das redes sociais digitais, que tendem a apresentar aos usuários conteúdos

similares aos que eles já se interessaram no passado, a fim de manter sua atenção e aumentar o tempo de navegação na plataforma. Dessa forma, as pessoas são expostas a uma bolha cada vez mais fechada e polarizada, dificultando o acesso a diferentes perspectivas e pontos de vista.

Além disso, as bolhas digitais podem ser exploradas por grupos que disseminam *fake news*, que utilizam essas filtragens de informações para propagar conteúdos enganosos e sensacionalistas que se adéquam às opiniões dos usuários, reforçando ainda mais suas crenças e aumentando a disseminação de informações falsas. Dessa forma, as bolhas digitais e as *fake news* atuam em conjunto para reforçar a polarização e a desinformação na sociedade. É importante que os usuários tenham consciência da existência dessas bolhas e busquem diversificar suas fontes de informação, evitando assim ficar presos em uma única visão de mundo e cair na armadilha das *fake news*.

O *feed* personalizado das mídias digitais reforça o comportamento de consumo seletivo de informações, ampliando o viés de confirmação e dificultando o acesso a diferentes pontos de vista (D’Ancona, 2018). As bolhas criadas pelo filtro bolha tornam-se um ambiente seguro para o usuário, mas, ao mesmo tempo, limitante para a sua formação crítica e sua capacidade de lidar com informações divergentes. A falta de diversidade de opiniões pode levar à propagação de informações falsas e extremismo, além de contribuir para a polarização da sociedade.

Ainda acerca do filtro bolha, Segurado (2021, p. 94) ressalta que

Observar a configuração da dieta informacional é muito importante para compreendermos os motivos pelos quais estamos expostos a um conjunto específico de informações que circulam nas redes digitais e não a outros, caracterizando uma forma de direcionamento. Trata-se do filtro bolha definido a partir das ações algorítmicas que personalizam o conteúdo que acessamos,

por meio dos dados que disponibilizamos em nossa navegação nas mais diversas plataformas. Para essa atividade se utiliza o chamado de viés de confirmação, ou seja, uma tendência cognitiva mostra que as pessoas costumam ter uma propensão a prestar atenção naquilo que confirma suas crenças e, frequentemente, ignorar o que contradiz sua visão de mundo.

Segurado (2021) ressalta para algo chamado "dieta informacional", que é o conjunto de informações que recebemos nas redes digitais. Essas informações não são aleatórias, mas sim selecionadas para nós por meio de um filtro bolha, criado por algoritmos que analisam nossas preferências e histórico de navegação. Ou seja, só vemos o que já gostamos e concordamos, reforçando nossas crenças e ignorando o que vai contra elas. Isso é chamado de viés de confirmação. Essa dieta informacional pode ser perigosa, pois nos torna mais suscetíveis a acreditar em informações falsas e nos fecha para outras perspectivas e opiniões. Por isso, é importante entender como funciona esse filtro bolha e buscar uma dieta informacional mais diversa e crítica.

Segurado (2021) ainda enfatiza sobre o termo "*blame gossip*", que se refere a um tipo específico de disseminação de informações falsas nas redes digitais. A autora se refere a uma prática em que indivíduos compartilham informações falsas com o objetivo de culpar ou difamar outros indivíduos, ou grupos, muitas vezes com base em preconceitos e estereótipos.

O ex-presidente Bolsonaro tem sido alvo de críticas por seu frequente uso das redes sociais digitais e pronunciamentos oficiais para propagar informações duvidosas e desinformação. Durante a pandemia da COVID-19, em 2020, Bolsonaro propagou informações falsas ao questionar a eficácia do uso de máscaras e dos tratamentos cientificamente comprovados, defender o uso da cloroquina e minimizar a gravidade da

pandemia, chegando a compará-la a uma gripezinha. Em 2021, dados da agência *Aos Fatos* revelaram que Bolsonaro proferiu em média sete informações falsas por dia. Os dados também apontam um aumento na produção de desinformação por parte de Bolsonaro²⁷.

A respeito disso, Segurado (2021, p. 43) enfatiza que “[...] é possível confirmar que a política governamental articulava a produção de informações falsas, mentiras e teorias da conspiração com atos oficiais que provocaram situações de vulnerabilidades da população em relação ao contato com o novo coronavírus”.

Santaella (2019) argumenta que as bolhas não são a principal fonte de disseminação de *fake news*, mas sim um ambiente favorável para a sua criação e propagação. Ela as compara às incubadoras, que fornecem as condições ideais para que as informações falsas se desenvolvam e se espalhem. As bolhas digitais são apenas uma variação moderna da "caverna platônica", em que as pessoas são limitadas a ver apenas uma parte da realidade e interpretam o mundo com base em suas próprias percepções limitadas.

De acordo com Santaella (2019), um dos principais desafios para combater as bolhas está relacionado ao fato de que a maioria dos usuários não compreende de forma clara e precisa o funcionamento das engrenagens das redes sociais digitais. Isso dificulta a percepção dos mecanismos de seleção e filtragem de informações, que criam uma espécie de realidade personalizada para cada usuário, reforçando suas próprias convicções e dificultando o acesso a outras perspectivas e visões de mundo. Essa falta de compreensão pode contribuir para a perpetuação das bolhas e para a

²⁷ RIBEIRO, Amanda. Bolsonaro disse cerca de sete informações falsas ou distorcidas por dia em 2021. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-disse-cerca-de-sete-informacoes-falsas-ou-distorcidas-por-dia-em-2021/>. Acesso em: jun. 2022.

disseminação de informações falsas, além de dificultar a adoção de medidas efetivas para combater esse fenômeno. "Estamos vivendo agora em bolhas filtradas", é o que afirma Santaella (2019, p. 22).

Em vista disso, Santaella (2019, p.15) pontua que as tais bolhas corroboram para uma "segregação ideológica". A segregação ideológica é um fenômeno que ocorre quando as bolhas digitais agrupam pessoas que compartilham das mesmas ideias e opiniões, limitando a diversidade de pensamento e criando um ambiente homogêneo. Esse processo pode levar a reforço de preconceitos e estereótipos, além de dificultar a construção de um diálogo plural e democrático.

Esse conceito de "segregação ideológica" está diretamente relacionado às bolhas digitais, já que estas criam ambientes virtuais homogêneos e limitados em termos de diversidade de pensamento, reunindo pessoas que compartilham das mesmas ideias, opiniões e valores. As bolhas, portanto, acabam reforçando a segregação ideológica, dificultando a construção de um diálogo plural e democrático e perpetuando preconceitos e estereótipos. É importante ressaltar que as bolhas não são o único fator que contribui para a segregação ideológica, mas são um dos mais importantes no contexto das redes sociais digitais.

Nóbrega (2021) aponta que as bolhas digitais tendem a criar uma espécie de "realidade paralela" para cada usuário, em que a percepção do mundo e das informações é fortemente influenciada pela filtragem algorítmica personalizada. Isso pode levar a uma fragmentação da sociedade, dificultando a construção de um consenso sobre questões relevantes e enfraquecendo o diálogo entre grupos com ideias divergentes. Como consequência, a "aldeia global" idealizada por McLuhan pode parecer cada vez mais distante, uma vez que as pessoas têm menos contato com opiniões e perspectivas diferentes das suas.

Os problemas relacionados às bolhas digitais incluem a segregação ideológica e a formação de câmara de eco ideológica. Esses fenômenos ocorrem quando os usuários são expostos somente a informações que confirmam suas crenças e visões de mundo, enquanto informações contrárias são ignoradas ou rejeitadas. Essa dinâmica cria um ambiente homogêneo, limitado em termos de diversidade de pensamento, o que pode reforçar preconceitos e estereótipos e dificultar a construção de um diálogo plural e democrático. Como consequência, as bolhas digitais desafiam a ideia de uma aldeia global ou de uma sociedade interconectada.

Os seguidores de Bolsonaro, conhecidos como bolsonaristas, constituem um grupo político de direita conservadora que se formou em torno do presidente. Eles têm o hábito de se refugiar em suas próprias bolhas digitais, onde consomem informações que corroboram com suas visões de mundo, ignorando outras informações e opiniões que possam contradizê-las. Esse comportamento pode aumentar o viés de confirmação e torná-los mais vulneráveis a consumir informações falsas ou distorcidas, criando uma câmara de eco ideológica.

Além disso, a polarização política presente na sociedade brasileira tem contribuído para a formação de bolhas digitais, onde grupos políticos opostos se isolam e consomem informações que confirmam suas crenças e ideologias. Esse fenômeno pode dificultar a construção de um diálogo democrático e plural, onde diferentes visões possam ser expostas e debatidas.

Recuero, Soares e Zago (2021, p. 4–5) utilizam o termo “câmara de eco” para tentar explicar os momentos em que

grupos que filtram o conteúdo que compartilham, dando preferência a informações que reforcem uma narrativa política em particular. [...] as informações compartilhadas por usuários em

uma câmara de eco representam uma dieta midiática distinta daqueles que não fazem parte do grupo.

A situação descrita pode criar condições favoráveis para a disseminação de desinformação e narrativas distorcidas, já que a seleção de informações é feita de forma enviesada, visando reforçar uma determinada narrativa política em detrimento de outras perspectivas.

As "câmaras de eco ideológicas", propostas por Segurado (2021), ou "câmaras de eco", de Recuero, Soares e Zago (2021), são terminologias que tentam explicar a polarização política cada vez mais presente nas redes sociais digitais. Essa polarização é fomentada principalmente por grupos políticos hiper-partidários que, através da disseminação de desinformação, buscam reforçar e compartilhar uma narrativa específica, muitas vezes distorcendo ou omitindo informações que contradigam suas visões de mundo. Esses grupos tendem a se isolar em suas próprias bolhas digitais, consumindo informações que confirmam suas crenças e visões de mundo, o que pode ampliar o viés de confirmação e torná-los mais suscetíveis a consumir informações falsas ou distorcidas.

A exemplo disso, podem ser apontadas as estratégias de compartilhamento de *fake news* nas redes bolsonaristas, pontuadas por Segurado (2021, p. 24):

Como prática da estratégia bolsonarista de disseminar a desinformação quando alguma polêmica era difundida pelo presidente, imediatamente sua rede de apoiadores era acionada para ampliar o impacto de sua narrativa. E, em boa parte dessas situações, o instrumento utilizado por esses grupos são as notícias falsas, distorcidas e sem base em fatos. [...] Ao compartilhar dentro de um grupo de apoiadores do presidente informações positivas, por exemplo, sobre o uso da cloroquina, elas são ampliadas dentro de um grupo, o que ocorre com frequência no

ambiente digital, fazendo com que os usuários tenham acesso majoritariamente àquilo que circula dentro da sua própria bolha.

Segurado (2021) aborda a estratégia bolsonarista de disseminação de desinformação, em que o ex-presidente mobiliza sua rede de apoiadores para ampliar o impacto de sua narrativa, muitas vezes por meio de informações falsas, distorcidas e sem base em fatos. Ela ilustra como isso ocorre em grupos de apoiadores de Bolsonaro, nos quais informações favoráveis ao uso da cloroquina são compartilhadas e ampliadas, criando uma bolha de informação que circula predominantemente entre os membros do grupo. Segurado (2021) destaca a relevância desse fenômeno para compreender a polarização política e a disseminação da desinformação nas redes sociais digitais.

Correa e Bertocchi (2012) apontam que a abundância de informações na era digital pode gerar um excesso de dados sem sentido, e que a filtragem e a ressignificação dessas informações são cruciais para serem compreendidas e utilizadas de forma adequada. Para os autores, é preciso ressignificar as informações por meio de um processo crítico de análise e seleção, a fim de obter conhecimento útil e relevante. Além disso, é necessário que as pessoas desenvolvam habilidades para gerenciar a informação e sejam capazes de filtrar, selecionar e sintetizar dados para produzir novas perspectivas e novos conhecimentos. Somente dessa forma é possível superar a crise do conhecimento e aproveitar o potencial das informações disponíveis na rede.

Para tanto, a função de uma curadoria seria uma importante solução para essa crise em consequência de “uma abundância informativa e uma disseminação de múltiplas narrativas sobre os acontecimentos do mundo, criadas a partir de distintas fontes, e apresentadas em formatos para todos os gostos” (Correa; Bertocchi, 2012, p. 2).

Zago (2011) destaca a importância de os comunicadores desempenharem um papel de curadoria algorítmica de informações, selecionando e verificando as notícias antes de compartilhá-las nas redes sociais digitais. Assim, pode-se reduzir a propagação de informações falsas e aumentar a qualidade da informação na internet.

A curadoria de conteúdo é uma atividade que visa selecionar e organizar informações relevantes, precisas e confiáveis para os usuários. Essa prática é essencial para combater a disseminação de informações falsas e desinformação, que se tornaram um problema cada vez mais comum na era digital, especialmente nas redes sociais digitais.

A curadoria de conteúdo envolve a verificação de fontes, a seleção de informações confiáveis e a organização de dados de forma clara e acessível. Dessa forma, os usuários podem ter acesso a informações precisas e confiáveis, evitando a disseminação de informações falsas e a propagação da desinformação.

Para realizar a curadoria de conteúdo, é importante verificar a credibilidade das fontes, avaliar a veracidade das informações e considerar o contexto em que as informações estão sendo apresentadas. Além disso, é importante selecionar informações relevantes para o público-alvo e apresentá-las de forma clara e objetiva.

A curadoria de conteúdo pode ser realizada por profissionais de comunicação, jornalistas, especialistas em mídias sociais ou mesmo por usuários comuns. Essa prática é fundamental para garantir que as informações compartilhadas na era digital sejam precisas e confiáveis, contribuindo para a promoção de uma sociedade mais informada e consciente.

Por exemplo, a *Agência Lupa* é uma agência de *fact-checking* brasileira que se dedica a verificar a veracidade das informações

divulgadas na mídia e nas redes sociais digitais. A prática de *fact-checking* é uma forma de curadoria de conteúdo, pois envolve a seleção e verificação de informações precisas e confiáveis para disponibilizar ao público.

No atual contexto digital, a disseminação de informações falsas e enganosas é uma realidade cada vez mais presente e preocupante. As *fake news* e a pós-verdade têm sido utilizadas para manipular opiniões, influenciar decisões e disseminar desinformação em larga escala. Para combater essa desordem informacional, é fundamental adotar medidas eficazes para verificar a veracidade das informações que circulam na rede.

Nesse sentido, o *fact-checking* surge como uma alternativa importante para enfrentar a desinformação. Essa prática de verificação de informações consiste em avaliar a veracidade de notícias, afirmações e outras informações divulgadas em diferentes meios de comunicação, como jornais, televisão e internet. O objetivo é identificar conteúdos falsos, enganosos ou imprecisos, e desmenti-los por meio de checagens baseadas em fatos e evidências.

O *fact-checking* é uma atividade realizada por profissionais especializados, que contam com técnicas e metodologias específicas para avaliar a credibilidade das informações. Essa prática tem ganhado destaque nos últimos anos, com a criação de organizações especializadas em verificação de fatos, como a *Agência Lupa* e o *Aos Fatos*, que se dedicam exclusivamente a essa atividade. Além disso, muitos veículos de comunicação têm investido na criação de equipes de checagem de fatos, visando garantir a veracidade das informações divulgadas em suas plataformas.

A adoção do *fact-checking* como uma medida de combate à desinformação é fundamental para garantir a integridade da informação e a credibilidade dos meios de comunicação. Essa prática ajuda a criar um

ambiente mais saudável e transparente na rede, permitindo que os usuários tenham acesso a informações precisas e confiáveis. No próximo capítulo, será aprofundado o debate em torno dessa alternativa de combate à desinformação.

2. O FACT-CHECKING E O USO DA CHECAGEM NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

O *fact-checking* é uma prática que visa promover a transparência e a confiabilidade das informações veiculadas na mídia e nas redes sociais digitais. Ele se torna especialmente relevante em um momento em que a desinformação e as *fake news* têm um potencial prejudicial significativo, como na disseminação de informações enganosas sobre saúde, política, ciência e outros temas importantes para a sociedade.

O objetivo do *fact-checking* é fornecer ao público informações precisas e confiáveis, para que as pessoas possam tomar decisões informadas e responsáveis. Ele envolve o uso de técnicas de verificação de fatos, como a pesquisa de fontes primárias, a análise de dados e estatísticas, além do uso de especialistas para avaliar a credibilidade das informações.

Os sites e agências de *fact-checking* têm se tornado cada vez mais populares nos últimos anos. Alguns exemplos conhecidos são a *Agência Lupa* no Brasil, o *PolitiFact* e o *FactCheck.org* nos Estados Unidos, e a *Full Fact* no Reino Unido. Essas organizações trabalham para verificar as informações veiculadas em veículos de mídia e nas redes sociais digitais,

desmentindo conteúdos falsos e enganosos e fornecendo informações precisas para o público.

O *fact-checking* pode ser visto como uma forma de resgatar a credibilidade das instituições mediadoras das informações, como o jornalismo. Com o surgimento da internet e das redes sociais digitais, a informação se espalha rapidamente e sem muitas barreiras de checagem, o que pode levar à propagação de informações falsas e enganosas. Nesse contexto, o *fact-checking* surge como uma prática importante para trazer de volta a confiança nas informações divulgadas pelos meios de comunicação, uma vez que busca checar a veracidade dos fatos e apresentar evidências e fontes confiáveis. Assim, o jornalismo pode se adaptar a essa nova realidade e se reinventar como um mediador de informações confiáveis e precisas, capaz de combater a desinformação e as *fake news*.

Apesar de o jornalismo ter adotado cada vez mais a prática do *fact-checking* em tempos de desinformação, é fundamental destacar que ambos empregam processos de apuração distintos. Enquanto o jornalismo realiza a checagem antes da publicação, a prática do *fact-checking* faz a verificação após a publicação de discursos e possíveis fatos, o que é conhecido como checagem *post-hoc*. Segundo Amazeen (2015, p. 3), "como uma forma de jornalismo de *accountability*²⁸, o *fact-checking* dedicado é comprometido a publicar erros e falsidades, independentemente da fonte". No entanto, é importante ressaltar que algumas informações verificadas acabam se mostrando verdadeiras.

Outro ponto é que os *fact-checkers* não se preocupam em preservar as suas fontes, diferentemente do jornalismo, pois "para legitimar a confiabilidade dos dados e dos argumentos expostos na checagem, são citados os nomes das pessoas que fizeram a pesquisa e os que editaram a

²⁸ O *accountability* está relacionado à transparência.

redação, bem como elencada a lista das fontes da pesquisa” (Dourado, 2016, p. 3).

A prática do *fact-checking* tem sido vista como uma estratégia que o jornalismo tradicional adotou para enfrentar os desafios impostos pelas mídias digitais na propagação de informações falsas. De acordo com Santaella (2019), essa prática contribui para a defesa da imagem que o jornalismo construiu historicamente como um mediador de informações confiável e comprometido com a verdade. Ao verificar a veracidade das informações divulgadas, o *fact-checking* ajuda a manter a credibilidade do jornalismo e a combater a desinformação que pode trazer consequências graves para a sociedade.

A memória tem um papel importante no combate à desinformação, pois a prática de *fact-checking* ajuda a registrar os fatos e a manter um registro histórico da verdade. Santaella (2019) destaca que a desinformação busca desestabilizar a verdade e a memória coletiva, e o *fact-checking* é uma forma de resgatar essa memória e defender a verdade. Uma vez que os fatos são verificados e registrados, eles se tornam indestrutíveis e não podem ser facilmente apagados ou esquecidos. Isso contribui para o fortalecimento da democracia, da transparência e da confiança nas instituições.

Seibert (2019) destaca que a prática do *fact-checking* ainda necessita de uma certa maturidade, seja ela entre o jornalista e o público, porém reconhece que “num ambiente marcado pela disputa de narrativas nas redes sociais, os sites de checagem foram alçados a uma posição de ”árbitros da verdade”” (Seibert, 2019, p. 123).

Seibert (2019) argumenta que o próprio método do *fact-checking*, visto como solução à desinformação, pode ser considerado um problema, uma vez que as metodologias de verificação de fatos são apresentadas

como "objetivas". Isso ocorre porque as iniciativas de *fact-checking* utilizam técnicas de apuração jornalística, tais como consultar fontes, cruzar dados, contextualizar e interpretar. No entanto, é importante destacar que o jornalismo não é totalmente objetivo e neutro, uma vez que a subjetividade do próprio jornalista pode influenciar na interpretação dos fatos.

Seguindo essa perspectiva, Graves (2016, p. 79) compreende a prática do *fact-checking* “[...] como um movimento que se articulou em torno de uma leitura específica dos fracassos do jornalismo nas últimas décadas, continuando uma longa história de revisões à norma da objetividade”, ao tempo em que ressalta que “[...] reflete e reproduz a cultura profissional atrelada a um jornalismo mais analítico” (Graves, 2016, p. 63).

Apesar de iniciativas de *fact-checking* buscarem uma imagem de imparcialidade e objetividade, a decisão editorial pode ter um papel crucial, na prática. Isso é ilustrado por uma pesquisa de Lim (2017), que analisou os sites *Politifact* e *Fact Checker* para verificar se as duas plataformas concordavam em suas avaliações. O estudo concluiu que raramente as duas plataformas chegavam a um mesmo consenso.

Lim (2017) também destaca que, em muitos casos, a verificação de fatos precisa de uma decisão editorial quando as declarações de políticos são muito vagas, o que pode gerar discordâncias na interpretação dos fatos. Para a autora, “isso pode enfraquecer a capacidade dos *fact-checkers* de fornecer informações confiáveis aos leitores e eleitores” (Lim, 2017, p. 9).

Diniz (2018) destaca que, ao adotar uma "objetividade quase absoluta", a prática do *fact-checking* se iguala à "matriz jornalística" dos meios de comunicação tradicionais. Isso ocorre porque a ideia de uma neutralidade absoluta é vista como algo inatingível, uma vez que os

próprios jornalistas possuem suas próprias perspectivas e vivências que influenciam sua maneira de interpretar e reportar os fatos. Além disso, ao apresentar as informações de forma "objetiva", o *fact-checking* pode negligenciar a importância da contextualização dos fatos e da análise crítica dos discursos, o que pode resultar em uma cobertura superficial e simplista dos eventos. As instâncias do *fact-checking* tentam passar uma total imparcialidade, que, segundo Diniz (2018, p. 26), “[...] é ilusória”, pois “[...] todo discurso denota um ponto de vista”.

Diniz (2018) argumenta que, embora o *fact-checking* seja visto como uma nova roupagem do jornalismo tradicional e ofereça um serviço especializado que está criando um novo nicho de mercado, ele não pode ser considerado uma nova atividade comunicativa. Isso ocorre porque o *fact-checking* utiliza os fundamentos estruturais do jornalismo para legitimar sua atuação e criar seus produtos e serviços, ou seja, ele se apoia nas bases jornalísticas para desempenhar sua função.

É importante que as agências de *fact-checking* sejam transparentes em relação às suas metodologias e critérios de seleção de informações a serem verificadas, a fim de garantir a imparcialidade e a precisão do seu trabalho. No entanto, como toda atividade humana, o *fact-checking* pode ser afetado por viés ideológico ou comercial. Por isso, é importante que o público esteja sempre atento e crítico em relação às informações verificadas e que busque fontes de diferentes perspectivas para formar sua própria opinião.

Recuero *et al.* (2022) destacam que a desinformação circula com mais rapidez e tem mais engajamento em redes sociais digitais, como o *Facebook*, do que as verificações de fatos publicadas pelas agências de *fact-checking*. Isso se deve, em parte, para alguns aspectos “como a polarização assimétrica, como a desinformação enquadra a verificação de

fatos (como esquerdistas); e planos de Internet de taxa zero” (Recuero *et al.*, 2022, p. 167, tradução nossa).

Além disso, a desinformação muitas vezes é mais sensacionalista e emocionalmente carregada, o que atrai mais atenção e compartilhamento do que as verificações de fatos que podem parecer menos atraentes ou emocionantes. Esse fenômeno pode ter implicações graves em questões de saúde pública, como na pandemia de COVID-19, onde a desinformação pode levar as pessoas a não seguir as medidas de prevenção recomendadas, colocando em risco a vida delas próprias e de outras pessoas.

Segundo Nóbrega (2021), o *fact-checking* é um indicativo de mudança no campo jornalístico, uma vez que se distancia do método declaratório tradicional. A prática de verificação de fatos se apoia na transparência como fonte metodológica principal, sendo vista como uma forma de combater a desinformação. Contudo, é importante destacar que essa abordagem não é livre de controvérsias e questionamentos, uma vez que todas as práticas comunicacionais são afetadas por questões políticas e ideológicas.

2.1 O *fact-checking* no combate à desinformação na era da pós-verdade

Como discutido no capítulo anterior, estamos vivendo em uma era onde a noção de verdade é posta em xeque, o que pode ter implicações significativas em nossas práticas sociais. Esse cenário é resultado do aumento da importância dada às emoções em detrimento da razão e da disseminação de desinformação por meio de *fake news* e teorias conspiratórias. Nesse contexto, o *fact-checking* se torna uma prática cada

vez mais importante na verificação e combate à propagação de informações falsas, pois ajuda a restaurar a confiança na veracidade das informações e a promover a transparência nas práticas jornalísticas.

No campo político, *as fake news* têm se tornado uma arma cada vez mais poderosa em momentos eleitorais, pois os algoritmos das redes sociais digitais são considerados essenciais na vida dos usuários. D’Ancona (2018, p. 54) argumenta que a “pós-verdade também vende”. Isso significa que a produção de *fake news*, teorias conspiratórias e títulos sensacionalistas gera lucros para os produtores de conteúdo. Além disso, o autor destaca que a *internet* é o principal meio de difusão da pós-verdade, o que torna o papel do *fact-checking* ainda mais crucial na luta contra a desinformação.

A pandemia da COVID-19 agravou a problemática da desinformação, que já era uma preocupação presente no mundo por meio das *fake news* e teorias da conspiração. O estudo intitulado *Analysis of fake news disseminated during the COVID-19 pandemic in Brazil*, publicado no *Pan American Journal of Public Health*, teve como objetivo descrever as características das *fake news* sobre a COVID-19 divulgadas no Brasil entre janeiro e junho de 2020 a partir dos sites *GI* e Ministério da Saúde.

Os resultados da pesquisa mostraram que a maioria das *fake news* analisadas foi difundida por meio das redes sociais digitais *Facebook* e *WhatsApp*, com maior alcance nas regiões Sudeste e Nordeste do país. As principais temáticas abordadas foram política e desinformação sobre números de óbitos e medidas sanitárias para combater o vírus. Esses dados reforçam a importância da verificação e combate às *fake news* durante a pandemia, a fim de evitar a disseminação de informações falsas e prejudiciais à saúde pública.

Keyes (2018) argumenta que a tecnologia moderna é uma das principais responsáveis pela disseminação da pós-verdade. Ela afirma que as plataformas digitais têm um papel fundamental em perpetuar a desinformação, pois elas ampliam o distanciamento entre as pessoas, reduzindo a comunicação face a face e, conseqüentemente, facilitando a disseminação de mentiras. Na era digital, é muito mais fácil mentir por meio das interações nas redes sociais do que pessoalmente, pois as plataformas digitais oferecem um anonimato relativo e possibilitam a dissimulação.

De acordo com uma pesquisa conduzida pela *Kaspersky Lab*, uma em cada dez pessoas altera a sua realidade nas redes sociais digitais para se sentir melhor. Além disso, um estudo publicado na revista *Computers in Human Behavior* revela que 84% das pessoas admitem ter mentido em seus perfis em plataformas digitais. Esses dados são preocupantes e indicam que a distorção da realidade é uma prática comum entre os usuários das redes sociais digitais. Outra pesquisa realizada pela empresa de consultoria *Optimum Research* mostra que apenas 20% dos entrevistados afirmaram ser mais honestos no ambiente virtual, o que reforça a importância de se ter cautela ao consumir informações na *internet*.

Paludo e Muck (2022) alertam para um novo paradigma: o digital ou hipermídia. Para eles, “o mundo real passa a ser mediatizado pelas tecnologias digitais que extrapolaram o meio científico e passaram para o cotidiano, gerando uma overdose de informações fragmentadas e difíceis de serem decodificadas e controladas, que circulam globalmente numa velocidade sem precedentes” (Paludo; Muck, 2021, p. 124).

Paludo e Muck (2022) destacam que a tecnologia digital se tornou uma parte integral da vida cotidiana, afetando profundamente como as

peças percebem e interagem com o mundo ao seu redor. A velocidade e amplitude das informações que circulam nas redes digitais são enormes, dificultando o processo de lidar com a quantidade de informações e decodificá-las de maneira adequada. Além disso, a tecnologia digital é vista como responsável por uma overdose de informações fragmentadas e muitas vezes descontextualizadas, o que pode levar a uma sensação de sobrecarga ou desorientação por parte das pessoas. Nesse sentido, é importante que os indivíduos desenvolvam habilidades críticas para avaliar a veracidade das informações e selecionar as fontes confiáveis em meio a esse cenário complexo e fragmentado.

Para Santaella (2016) e Jandric e McLaren (2020), a relação entre os sujeitos e as tecnologias digitais é tão intensa que eles propõem o conceito de "pós-digital" para descrever a era em que vivemos. Nesse contexto, a tecnologia se torna uma extensão do corpo e da mente dos indivíduos, afetando profundamente suas percepções e interações com o mundo. A tecnologia digital é considerada, portanto, uma força que molda a realidade, transformando a maneira como os sujeitos se relacionam entre si e com o ambiente que os cerca.

Com o uso dessas tecnologias, as agências de *fact-checking* podem fornecer informações precisas e confiáveis em tempo hábil, reduzindo o impacto da desinformação na sociedade. Além disso, elas também ajudam a conscientizar as pessoas sobre a importância de verificar a veracidade das informações antes de compartilhá-las nas redes sociais digitais.

No entanto, é importante lembrar que as agências de *fact-checking* não são a solução definitiva para o problema da desinformação na era pós-digital. É essencial que os usuários das redes sociais digitais também sejam responsáveis por verificar a veracidade das informações que compartilham, antes de disseminá-las na internet. Além disso, é necessário

haver um esforço conjunto de governos, empresas de tecnologia e sociedade civil para combater a disseminação de *fake news* e promover a educação midiática e digital, visando a formação de cidadãos mais críticos e conscientes em relação às informações que circulam na *internet*.

De fato, as agências de checagem surgiram para reforçar a apuração jornalística e combater a desinformação. Elas são um recurso importante para garantir a precisão e a credibilidade das informações divulgadas na mídia, especialmente em um contexto em que a disseminação de notícias falsas e teorias da conspiração se tornou uma prática comum. Ao verificar a veracidade das informações, as agências de checagem fornecem um serviço valioso para o público, ajudando a criar um ambiente de informação confiável e transparente. Canavilhas e Ferrari (2018, p. 47) consideram que “[...] as redes sociais e a computação móvel ubíqua transformaram radicalmente o processo de produção noticiosa, originando o aparecimento em larga escala de fenômenos como a circulação de notícias falsas”.

No atual contexto mundial de desinformação, o papel das agências de *fact-checking* é fundamental para combater a disseminação de *fake news* e garantir que informações precisas e confiáveis sejam divulgadas. De acordo com um estudo do *Duke Reporters' Lab* publicado em fevereiro de 2018, o número de veículos jornalísticos especializados em checagem de fatos triplicou nos últimos anos. Desde 2014, houve um aumento de 239%, e o instituto identificou um total de 149 agências de *fact-checking* em todo o mundo. Essa expansão evidencia a importância crescente do trabalho de verificação de informações na era da pós-verdade, e mostra como a sociedade tem buscado meios cada vez mais eficazes de combater a desinformação. Prado e Morais (2018, p. 1) afirmam que “a checagem

forjou uma nova prática jornalística, que complementa a atividade tradicional da profissão e ganha espaço graças à internet”.

É inegável que a *internet*, conforme apontado por Prado e Moraes (2018, p. 2), impulsiona a migração do jornalismo para esse novo meio. Como consequência, a rede mundial de computadores se tornou um importante canal de acesso a diversas agências de notícias, permitindo o compartilhamento instantâneo de informações e ampliando o alcance das reportagens. A facilidade de acesso à *internet* também possibilitou o surgimento de novos modelos de negócios para o jornalismo, como o jornalismo digital e as assinaturas online, ampliando as opções para os consumidores de notícias.

De acordo com Palácios (2018), o jornal *The World* foi o precursor do formato de verificação de informações nos Estados Unidos. Em 1883, o meio de comunicação contou com a colaboração de Ralph Pulitzer e do editor-chefe Isaac White, que criaram o *Bureau for Accuracy and Fair Play* visando evitar processos de calúnia e difamação. O departamento tinha a função de verificar os fatos antes das publicações se tornarem públicas. Mais tarde, em 1923, a jornalista Nancy Ford foi contratada para exercer o trabalho de *fact-checking* no jornal *Times*.

Palácios (2018, p. 82) acrescenta que

a partir da segunda metade da década de 1990, com a digitalização da informação, a transposição dos jornais tradicionais para a internet e, posteriormente, a proliferação das plataformas de mídia social, tem lugar um crescimento exponencial da produção de material que, de maneira ampla e vaga, pode ser classificado como “jornalístico”. Emerge, então, um novo mecanismo de checagem. Trata-se da criação das agências de checagem de informação (*fact-checking agencies*), marcando o nascimento de uma nova inserção no mercado de profissionais de jornalismo, voltados exclusivamente para a tarefa

de verificar e validar (ou não) textos e imagens em circulação sob a suposta rubrica de “notícias”. A situação tornou-se crítica, inclusive porque notícias fabricadas passaram a ser circuladas também sob falsas logomarcas de jornais tradicionalmente estabelecidos, ou com atribuição de fonte a tais veículos, com o intuito de criar uma “credibilidade emprestada”.

Em 1991, a prática do *fact-checking* iniciou quando o jornalista Brooks Jackson foi incumbido de verificar a veracidade das declarações dos candidatos à presidência dos EUA, Bill Clinton e George Bush, em seus anúncios na emissora de televisão CNN. Como resposta a essa demanda, Jackson fundou a *Ad Police*, a primeira agência de checagem de propaganda eleitoral, que teve uma resposta positiva. Em 2003, Jackson fundou o *FactCheck.org*, que se tornou o primeiro veículo especializado em *fact-checking*, dando início a uma expansão de agências de checagem de fatos em todo o mundo.

Segundo Palacios (2018), a prática do *fact-checking* está associada a outras modalidades no jornalismo, como as "Cartas ao Leitor", o colunismo crítico e o *ombudsman*. As "Cartas ao Leitor" são espaços nos quais os veículos impressos disponibilizam aos leitores a oportunidade de manifestarem comentários, apontando equívocos ou informações falsas. Já o colunismo crítico é caracterizado por seu caráter metajornalístico, com mecanismos de *fact-checking* e de monitoramento de responsabilidades editoriais. Por sua vez, o *ombudsman* é uma figura que fiscaliza as práticas jornalísticas sobre publicações de uma determinada empresa jornalística. No Brasil, a *Folha de S. Paulo* é vista como a primeira a contratar um *ombudsman*, em 1989. Palacios (2018) destaca que todas essas práticas buscam assegurar a veracidade das informações veiculadas e manter a confiança do público no jornalismo.

De acordo com o site *Politize!* em seu artigo sobre “Checagem de fatos: um novo nicho do jornalismo”, em 2010, a *Folha de S. Paulo* iniciou um projeto pioneiro de *fact-checking* chamado “Mentirômetro” e “Processômetro”. Essa iniciativa tinha como objetivo averiguar a autenticidade das declarações feitas por políticos, porém, após as eleições presidenciais daquele ano, ambos os projetos foram cancelados. O “Mentirômetro” avaliava a veracidade das declarações dos candidatos em quatro categorias: “verdade”, “não é bem assim”, “aumentou e distorceu” e “mentira”. Já o “Processômetro” classificava em quatro níveis as promessas de campanha de Dilma Rousseff, José Serra e Marina Silva: “possível”, “há limitações”, “difícil de cumprir” e “impossível”.

Graves (2013) considera que o “ano do *fact-checking*” para o jornalismo nos Estados Unidos foi em 2004. No entanto, a prática só ganhou visibilidade no Brasil uma década depois, inspirada no método de checagem do site argentino *Chequeado*. Foi a partir das eleições de 2014 que a iniciativa da *Folha de S. Paulo*, conhecido como “Mentirômetro”, ganhou popularidade, juntamente com o surgimento do blog *Preto no Branco*, do jornal *O Globo*, e do *Truco*, da *Agência Pública*. No entanto, após as eleições, todos eles foram desativados.

No dia 7 de julho de 2015, a jornalista Tai Nalon fundou a primeira agência especializada em *fact-checking* do Brasil, a *Aos Fatos*. Pouco depois, em 3 de agosto do mesmo ano, foi criado o *Truco no Congresso*, uma parceria entre o *Congresso em Foco* e a *Agência Pública*. A jornalista Cristina Tardáguila, que já havia liderado o blog *Preto no Branco*, fundou a *Agência Lupa* em 15 de outubro de 2015, tornando-se o terceiro veículo especializado em checagem de fatos.

A publicação do *Politize!* também aponta uma série de motivos que transformaram o *fact-checking* como um novo nicho no jornalismo:

1. antes da existência das redes sociais, o público recebia notícias por meio dos jornais, que tinham jornalistas profissionais checando — mesmo que seletivamente — as informações. Com as redes sociais, um político profissional, uma jogadora de vôlei e um sociólogo estão a um clique de distância do público — um tweet, um post no Facebook, uma foto no Instagram. Mas quem verifica as informações que eles repassam?;
2. enxugamento das redações sobrecarrega os repórteres, que nem sempre conseguem checar todas as informações de uma matéria — afinal, os jornais ainda são uma ferramenta poderosa e de credibilidade para as pessoas;
3. competitividade entre os veículos de informação, que correm atrás do “furo jornalístico” — quem dá primeiro a notícia — e nem sempre checam completamente a veracidade dos fatos que publicam;
4. fenômeno conhecido como pós-verdade [...].

O *fact-checking*, que significa "verificação de fatos", pode ser abordado de diversas perspectivas no meio acadêmico. Graves (2013, p. 1) o define como um método para "[...] examinar a veracidade de declarações públicas". Já Nóbrega (2021, p. 89) destaca que o *fact-checking* surgiu para "contrapor a lógica declaratória da cobertura tradicional e verificar as declarações de autoridades".

Silva (2021, p. 132) considera que o *fact-checking* é, comumente, compreendido para “designar a checagem após declarações relevantes, feitas por políticos e outras pessoas públicas, baseando-se em fontes primárias e confiáveis que possam confirmá-las ou negá-las, como especialistas e acadêmicos”.

De acordo com Mantzarlis (2018), o *fact-checking* era inicialmente associado aos departamentos de verificação das redações jornalísticas, que analisavam os textos antes de serem publicados. No entanto, a partir do século XXI, a prática de checagem expandiu-se para além do contexto

jornalístico, passando a ser conhecida como "*verification*", que verifica conteúdos gerados pelos usuários, como a geolocalização e a busca por imagens.

Para o manual “Jornalismo, Fake News e Desinformação”, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), de 2019, foram identificadas duas ondas de *fact-checking*. A primeira onda começou com a premiação do Prêmio Pulitzer para o *PolitiFact*, um projeto de checagem lançado pelo St. Petersburg Times, posteriormente renomeado como *Tampa Bay Times*, sediado na Flórida, Estados Unidos.

Tal projeto contribuiu para o fortalecimento da verificação das declarações dos políticos, “e esclareceu o papel do instrumento como uma ferramenta jornalística destinada a tornar as figuras públicas responsáveis por suas palavras no processo, inspirando dezenas de projetos em todo o mundo” (Unesco, 2019, p. 89). Já a segunda onda do *fact-checking* iniciou-se após a popularização mundial das *fake news*, fenômeno já abordado no capítulo 1.

O diretor da *International Fact-checking Network*, Mantzarlis (2018), propõe um novo modelo que diferencia o *fact-checking*, a *verificação* e o *debunking*. O *fact-checking* é a verificação da veracidade de uma declaração ou fato específico, enquanto a verificação é o processo mais amplo de checagem de informações que envolve a confirmação ou refutação de uma narrativa, ou conjunto de fatos. Já o *debunking* é o processo de desmistificar informações falsas ou enganosas. Esses termos são traduzidos como verificação de fatos, verificação e desmascaramento, respectivamente, conforme também indicado no manual da Unesco (2019) sobre “Jornalismo, *Fake News* e Desinformação”.

O *fact-checking* se apresenta como uma alternativa para reverter a crise de credibilidade e confiança na prática jornalística. Ao verificar e analisar a veracidade das informações divulgadas, o *fact-checking* ajuda a restaurar a confiança do público na mídia, que se tornou cada vez mais crítica em relação à disseminação de notícias falsas e informações imprecisas. Além disso, a prática do *fact-checking* também contribui para aumentar a qualidade da informação jornalística, uma vez que impulsiona os jornalistas a verificar as informações e fontes antes de publicá-las.

Em junho de 2014, o *Poynter Institute* organizou o primeiro *Encontro Global de Fact-checking*. Na ocasião, 48 agências de checagem foram contabilizadas em mais de 20 países ao redor do mundo. A partir desse encontro, essas agências passaram a utilizar uma lista de e-mails em um grupo denominado Associação Internacional de Checadores, que posteriormente evoluiu para a Rede Internacional de Fact-checking (IFCN). Essa instituição tem contribuído para a profissionalização da prática do *fact-checking*, como apontado por Prado e Moraes (2018).

Em 2017, a IFCN aponta em um documento seis critérios no processo de verificação para as agências de checagem de fatos:

A organização, que avalia se a empresa tem CNPJ, é dedicada a checagem de fatos e publicou nos últimos três meses; *apartidarismo e imparcialidade*, que avalia dez checagens do veículo para garantir que a metodologia é consistente, não há conteúdo enviesado e que os jornalistas não têm ligação com nenhum partido político; *transparência de fontes*, que avalia se as fontes das checagens sejam tão transparentes de modo que os leitores possam checar as informações divulgadas pela própria agência de fact-checking; *transparência de financiamento*, que exige que as agências de checagem listem publicamente suas fontes de financiamento; *transparência de metodologia*, que exige que as agências de fact-checking tenham uma seção para

explicar sua metodologia de checagem; *política aberta e honesta de correções*, que analisa a política de correções da agência de checagem e exige que ela seja publicamente acessível (Poynter Institute, 2017).

Prado e Morais (2018) mapearam cerca de 49 agências de checagem verificadas pelo IFCN, entre elas: *AFP Factuel* (França), *El Objetivo* (Espanha), *Faktograf* (Croácia), *Faktisk* (Noruega), *Pagella Politica* (Itália), *VoxCheck* (Ucrânia), *Boom* (Índia) e *South Asia Check* (Nepal), *Chequeado* (Argentina), *La Silla Vacía* e *Colombiacheck* (Colômbia), a *Agência Lupa*, *Aos Fatos* e o *Truco* (da *Agência Pública*), as três últimas no Brasil.

Muitas das agências especializadas em checagem no Brasil surgiram de maneira semelhante ao que ocorreu nos Estados Unidos: “nascem dentro de jornais já consagrados e ganham sua autonomia quando há uma prática bem estabelecida” (Prado; Morais, 2018, p. 10). Atualmente, os veículos especializados em *fact-checking* operam como agências de notícias, produzindo, publicando e comercializando checagens para empresas de comunicação tradicionais.

Segundo Nóbrega (2021), *E-farsas* e *Boatos.org* foram fundamentais na trajetória do *fact-checking* no Brasil. Ambos os sites já praticavam o que se conhece como *debunking*, ou seja, a verificação de boatos disseminados na internet. *E-farsas*, fundado em 2002 pelo analista de sistemas Gilmar Henrique Lopes, é considerado o site mais antigo a praticar o *fact-checking* no país. Em junho de 2013, surgiu o *Boatos.org*, criado pelo jornalista Edgard Matsuki com o objetivo de "compilar algumas dessas mentiras que são contadas online. A intenção com o boatos.org é justamente prestar um serviço para o usuário da internet" (Matsuki, s/d, *online*).

O *Duke Reporters' Lab*, em 2022, realizou um mapeamento que identificou a existência de 378 agências de checagem ativas em todo o mundo e outras 126 que estão inativas. Esse centro de pesquisa em jornalismo pertence à Universidade de Duke. Conforme o censo de 2022 do *Duke Reporters' Lab*, o crescimento de veículos especializados em *fact-checking* desacelerou em relação ao ano de 2021, que havia registrado 391 iniciativas ativas. No entanto, ainda houve um aumento no número de equipes dedicadas à prática do *fact-checking* em todo o mundo nos últimos seis anos, chegando a cerca de 400 equipes formadas por jornalistas e pesquisadores. O *Duke Reporters' Lab* destaca que o ano de 2019 foi o que apresentou o maior crescimento de agências, com o lançamento de 77 novos sites, seguido por 58 em 2020 e 22 em 2021.

As informações divulgadas pelo *Duke Reporters' Lab* indicam uma possível estabilização no crescimento de sites e institutos de checagem de fatos, ou ainda, a queda pode ser atribuída ao impacto da pandemia do *Coronavírus*. Além disso, o centro de pesquisa ressalta que houve uma redução no surgimento de novas agências na América Latina, visto que, desde 2019, somente três iniciativas foram mapeadas na região sul-americana, sendo que uma delas encerrou as atividades.

A prática do *fact-checking* no Brasil começou a ganhar força a partir de críticas frequentes aos grandes veículos de comunicação e à sua parcialidade na cobertura de notícias. “É possível observar que, no que se refere ao Brasil, a história é um pouco diferente. Por aqui, a aposta no *fact-checking* nasce como reação às críticas suscitadas pelo elevado alinhamento partidário das grandes empresas de mídia”, afirma Miguel (2019, p. 51).

Lelo (2021) demonstra a partir de sua pesquisa exploratória que a expansão da prática do *fact-checking* no Brasil acontece devido às eleições

presidenciais de 2018. De acordo com Lelo (2021), grande parte dos estudos acadêmicos sobre o *fact-checking* aborda o tema a partir da perspectiva do *ethos* discursivo. Em sua dissertação, o autor defende que essa prática contribui para a restauração da credibilidade e confiança no jornalismo, tornando-se um dos pilares fundamentais da democracia liberal, pois “o cidadão precisa ser nutrido com as melhores informações disponíveis para participar ativamente em processos de tomada de decisão” (Lelo, 2021, p. 4).

De acordo com uma análise discursiva realizada por Lelo e Pachi Filho (2021, p. 538), os departamentos de verificação de fatos dos conglomerados de mídia buscam consolidar a credibilidade dos veículos por meio do *fact-checking*, contribuindo para o “[...] papel da grande imprensa como uma instituição produtora de verdade”. Dessa forma, o *fact-checking* é um fator crucial na restauração da verdade como elemento central no campo jornalístico.

Costa (2022, p. 458) diz que “equiparam o conhecimento produzido por elas com especulação, opinião e crenças alimentadas pelo desejo humano da revelação dos mistérios”. Já Seibert (2018) entende a prática do *fact-checking* como “Jornalismo de Verificação”, uma nova fase do jornalismo.

O conceito de manipulação dos pensamentos, conforme Rêgo (2021), se refere ao processo em que somos expostos a informações e ideias que reforçam nossas crenças e visões de mundo, tornando-nos mais propensos a acreditar em determinadas ideologias ou opiniões. Isso pode acontecer, por exemplo, quando somos expostos apenas a fontes de informação que compartilham nossas crenças e valores, ou quando as informações que recebemos são apresentadas de maneira tendenciosa ou manipuladora, buscando nos convencer a adotar determinadas visões de

mundo. Esse fenômeno pode levar à formação de bolhas ideológicas e à polarização política, dificultando o diálogo e a construção de consensos.

Rêgo (2021) destaca que é justamente nesse cenário de manipulação dos pensamentos que os algoritmos assumem um papel fundamental como difusores de conteúdos, permitindo a monetização da atenção por meio da chamada economia da atenção. Essa economia se baseia na manipulação da atenção dos usuários para gerar lucro, em que as redes sociais e plataformas digitais utilizam os algoritmos para filtrar e apresentar conteúdos que são considerados mais relevantes e atrativos para cada usuário individualmente, com base em seus interesses, histórico de navegação e interações anteriores.

Para Rêgo (2021), a desinformação é uma forma de manipulação e controle do discurso público, e as plataformas digitais acabam sendo um ambiente propício para essa prática, já que muitas vezes as informações falsas são compartilhadas de forma massiva e sem qualquer filtro crítico. A autora aponta que, nesse contexto, a monetização da desinformação é incentivada pelas próprias plataformas, que buscam maximizar o tempo de uso dos usuários e gerar receita por meio de anúncios publicitários. Assim, as informações falsas se tornam mercadorias valiosas nesse mercado dá atenção, ainda que tenham um impacto negativo na sociedade e na democracia.

Isso pode levar à criação de bolhas de informação e ao reforço de crenças pré-existentes, dificultando o acesso a diferentes perspectivas e opiniões. Por essa razão, o *fact-checking* surge como uma ferramenta fundamental para combater a desinformação e o discurso de ódio nas redes sociais e plataformas digitais. A agência Lupa é um exemplo de veículo brasileiro especializado na prática de *fact-checking*. Essa atividade é considerada um dos pilares do jornalismo contemporâneo.

2.2 Quem é a *Lupa*?

Cristina Tardáguila fundou a *Agência Lupa* em 1º de novembro de 2015, no Rio de Janeiro, em resposta à crescente onda de desinformação no Brasil. A *Lupa* tornou-se uma das pioneiras na prática do *fact-checking* no país. Antes disso, em 2014, Tardáguila criou o blog "Preto no Branco", hospedado no jornal O Globo, onde já se dedicava a verificar informações e desmentir boatos na internet. Com a *Lupa*, ela ampliou sua atuação e formou uma equipe de jornalistas e pesquisadores especializados na checagem de fatos. Desde então, a agência tem se destacado na produção de conteúdo confiável e na luta contra a desinformação.

Tardáguila (2018) considera a *Lupa* como uma atualização do *blog*, uma espécie de versão 2.0 e relata que ficou “[...] muito impressionada com o trabalho do checador, me encantei pela área e resolvi pedir demissão no *O Globo* para fundar uma agência de notícias dedicada exclusivamente a produzir esse tipo de conteúdo [...]” (Tardáguila, 2018).

A fundadora da *Lupa*, Cristina Tardáguila, teve seu primeiro contato com o trabalho de checagem durante sua participação no prêmio “García Márquez de Jornalismo” da Fundação Gabriel García Márquez. Na ocasião, o site argentino Chequeado concorria na categoria inovação por sua prática de checagem de discursos políticos da ex-presidente Cristina Kirchner durante as eleições na Argentina.

Eu lembro que na platéia fiquei muito emocionada com a apresentação do projeto no prêmio. Eu pensei que o Brasil passaria por uma eleição presidencial em 2014 e vivíamos na

mesma polarização que a Argentina estava. O Brasil precisa de um negócio desse. Sugerir para *O Globo* que a gente fizesse um blog idêntico ao *Chequeado* para ser aplicado nas eleições presidenciais de 2014. E esse é o “*Preto no Branco*”. Ele efetivamente existiu de agosto a outubro. É o primeiro blog de *fact-checking* do Brasil (Tardáguila *apud* Santos, 2018, p. 100).

Durante entrevista concedida a Santos (2018), a criadora da *Agência Lupa* mencionou que obteve apoio financeiro inicial de João Moreira Salles, fundador da revista *Piauí*, para a criação da agência. Na época, a equipe contava com apenas quatro pessoas.

O João Moreira Salles me perguntou o que tinha acontecido com o “*Preto no Branco*”. Ele falou que era um produto maravilhoso que tinha dado certo. Aí eu tive um estalo e falei “vamos fazer na *Piauí*”. Ele respondeu: “Não! A *Piauí* é diferente disso. A *Piauí* tem apurações que demoram três meses, com um texto de 50 mil toques. E você é imediatéz, é o Twitter”. Eu falei que seria uma agência, não a *Piauí*, mas é algo correlato à *Piauí*. A gente burilou durante vários meses a ideia de uma agência. Aí nasce a *Lupa*. (Tardáguila, 2016 *apud* Santos, 2018, p. 101, grifos do autor).

A *Agência Lupa*, inicialmente, teve sua hospedagem no portal da revista *Piauí*, e posteriormente, nos portais *Folha de S. Paulo* e UOL. Apesar do fim do apoio financeiro da Editora Alvarenga, que durou de 2015 a 2018, a agência continuou sendo hospedada no portal. Recentemente, a URL da agência passou por modificações, sendo o novo endereço <https://lupa.uol.com.br/>. A oficialização da mudança de hospedagem da *Lupa* ocorreu em 2 de junho de 2022.

Em 2 de abril de 2017, a *Agência Lupa* criou o programa “*LupaEducação*”, com o objetivo de popularizar a prática do *fact-checking* no Brasil. O programa oferece treinamentos em verificação e capacitação

de cidadãos em técnicas de checagem. Dessa forma, a Lupa se tornou a primeira plataforma de *fact-checking* no Brasil a fornecer esse tipo de treinamento. Os jornalistas da agência promovem palestras e oficinas online e presenciais de forma constante, em empresas, instituições governamentais, de ensino e até mesmo no exterior. A “LupaEducação” busca disseminar a importância do *fact-checking* e contribuir para a promoção de uma cultura de verificação de informações no país.

Nessa perspectiva, é defendida a ideia de que a alfabetização digital deve ser considerada uma política pública, sendo uma das alternativas para combater o fluxo de desinformação, juntamente com a prática do *fact-checking*. Alves e Maciel (2020, p. 164) explicam essa alternativa como um “ensino de formas saudáveis de navegar na rede, bem como à educação sobre formas de identificação de fake news e sobre a necessidade de realização de checagem de fatos a fim de apurar o teor das notícias recebidas por meio das redes sociais”.

O *WhatsApp* ainda é considerado um grande desafio no combate à desinformação. Sobre isso, a fundadora da *Lupa*, Cristina Tardáguila, aponta a gravidade da impossibilidade da sua equipe em não conseguir monitorar as informações advindas da rede social digital:

Esse é o maior desafio, anos luz à frente dos outros problemas que envolvem a divulgação e compartilhamento de informação falsa. Temos, na redação da Lupa, algumas ferramentas, pelas quais conseguimos monitorar o que está se destacando em termos de popularidade no Twitter, no Facebook e no Google. São ferramentas que conseguem monitorar a velocidade do avanço de uma mentira. No *WhatsApp* não existe essa possibilidade. Não temos como monitorar a proliferação de uma informação falsa, de um áudio falso ou de qualquer conteúdo que circula pelo *WhatsApp*. Isso é um problema enorme! Nós debatemos muito sobre o Twitter, Facebook e Google, quando na verdade o maior

problema nas eleições deste ano no Brasil será o WhatsApp. [...] vamos ver se conseguiremos que o WhatsApp colabore de alguma forma (Tardáguila *apud* Santos, 2018, p. 98–99).

É importante ressaltar que a Lupa é uma agência de notícias que transforma suas reportagens de checagem em produtos comercializáveis e os disponibiliza no mercado, assim como outras agências internacionais como *Reuters*, *AFP*, *EFE* e *Bloomberg*, por exemplo. A Lupa possui clientes regulares como o jornal *Folha de S. Paulo*, a revista *Época* e os portais *Metrópolis* e *Yahoo!*.

Dourado e Alencar (2020, p. 115–116), por sua vez, relatam que

A *Lupa* reitera que nenhum cliente faz qualquer interferência editorial na elaboração das pautas ou na execução das checagens propriamente ditas. Além disso, a venda de checagens para meios de comunicação acontece através de uma mensalidade fixa ou por colunas vendidas individualmente. A *Lupa* informa que faz uma reunião de pauta semanal, em que seleciona o que será checado para cada cliente e em seguida envia para os seus assinantes.

A *Lupa* também já compartilhou seus serviços com outros canais: a rádio *CBN*, o site *Catraca Livre*, o canal de televisão *GloboNews* e os jornais *Correio* (BA), *Gazeta do Povo* (PR), *O Liberal* (SP), *A Crítica* (AM), *Correio Braziliense* (DF) e *O Tempo* (MG). Sendo uma empresa independente, a fonte de arrecadação da *Lupa* se dá de três formas: “Produção de conteúdo”, “LupaEducação” e “Projetos especiais e financiamentos pontuais” (LUPA, 2015a). Pela Tabela 1 é possível observar o orçamento total da *Lupa* ano a ano:

Tabela 1. Orçamento da *Lupa* ano a ano

ANO	ORÇAMENTO
2016	R\$ 1 milhão
2017	R\$ 1,4 milhão
2018	R\$ 1,8 milhão
2019	R\$ 1,9 milhão
2020	R\$ 2,3 milhões
2021	R\$ 2,5 milhões

Fonte: Lupa (2015a)

Ao analisar a Tabela 1, percebe-se que a *Lupa* adota uma abordagem mercantilista em sua prática de *fact-checking*, transformando suas reportagens em produtos disponíveis no mercado. Contudo, é importante destacar que a questão da mercantilização das atividades das agências de checagem é um tema controverso e que gera muitas discussões. Embora seja essencial para garantir a sobrevivência das agências, a busca por rentabilidade não deve comprometer a independência e a imparcialidade dos verificadores de fatos.

Dourado e Alencar (2020, p. 106–107) defendem que

o trabalho de *fact-checking* se fortalece como uma oportunidade de mercado para as agências independentes e empresas jornalísticas [...] Têm buscado se configurar como instrumento de combate à desinformação na *internet* e estratégia de negócio para veículos de comunicação e agências especializadas em checagem de dados.

De acordo com Dourado e Alencar (2020), a *Lupa* adota o que elas

chamam de "mercantilização da checagem de dados". Isso significa que o *fact-checking* se tornou um modelo de negócio em meio à crise de credibilidade que o jornalismo tradicional enfrenta. Nesse contexto, é importante destacar que a *Lupa* é uma iniciativa com fins lucrativos e conta com investidores, conforme apresentado na Tabela 2. É válido ressaltar que a busca por rentabilidade não deve comprometer a independência e a imparcialidade dos verificadores de fatos.

Tabela 2. Os principais investidores da *Lupa*

Veículo/Plataforma	Serviço ofertado	Financiamento
Folha de S. Paulo	Até agosto de 2018, havia feito mais de 80 colunas semanais no jornal Folha de S. Paulo.	Pagava uma taxa mensal, fixada em contrato. Porém, não informada no site.
Editora Alvinegra	A agência publicava todas suas checagens em seu próprio site (hospedado no portal da revista).	Entre 2015 e 2018, a Lupa contou com um apoio financeiro da Editora Alvinegra, que edita a revista piauí.
Metrópoles	O trabalho da Lupa já foi redistribuído no portal Metrópoles. No site, não consta quando foi encerrado o contrato.	Pagava uma taxa mensal, fixada em contrato. Porém, não informada no site.

CBN	Até agosto de 2018, a Lupa comentava na rádio CBN – em entradas ao vivo.	Pagava uma taxa mensal, fixada em contrato. Porém, não informada no site
Época	Até novembro de 2019, o trabalho da Lupa já foi redistribuído no portal.	Pagava uma taxa mensal, fixada em contrato. Porém, não informada no site.
Terra	O trabalho da Lupa já foi redistribuído no portal. No site, não consta quando foi encerrado o contrato.	Pagava uma taxa mensal, fixada em contrato. Porém, não informada no site.
Jornais Regionais	Lupa distribui verificações para jornais em vários estados. Mas não consta no site quais são.	Pagam uma taxa mensal, fixada em contrato ou colunas individuais. Porém, os valores não são informados.
Yahoo!	O portal publica diariamente conteúdo produzido pela Lupa.	Paga uma taxa mensal, fixada em contrato. Porém, não informada no site.
Google	1) Em 2017, a Lupa foi contratada pelo Google para realizar parte das	1) Em 2017, a Lupa ganhou aproximadamente R\$

	<p>trilhas e os memes que estão disponíveis no site educativo www.fakeounews.org.</p> <p>2) Em 2019, a Lupa foi uma das agências vencedoras do Desafio de Inovação da Google News Initiative na América Latina.</p>	<p>90 mil. Obs.: O valor exato não é informado no site.</p> <p>2) Em 2019, o Google forneceu US\$ 6,5 milhões em financiamento para verificadores de fatos no mundo. Embora nesse aspecto, o Google não especifica o valor entregue à Lupa.</p>
<p>Facebook</p>	<p>1) Em 2018, a Lupa lançou o Projeto Lupe! para construção de um chatbot e a gravação de uma série de boletins audiovisuais com checagens focadas no período eleitoral.</p> <p>2) Third Party Fact-checking Project - Diariamente, fact-checkers da</p>	<p>1) R\$ 250 mil para financiamento do projeto.</p> <p>2) A Lupa não informou o valor firmado em contrato com o Facebook.</p>

	Agência Lupa recebem centenas de postagens que foram feitas no Facebook e denunciadas pelos usuários dessa rede social como duvidosas.	
--	--	--

Fonte: Dourado e Alencar (2020, p. 117)

A mercantilização do *fact-checking* acontece quando a prática de verificar informações é transformada em uma *commodity*, ou seja, quando é utilizada com o objetivo de obter lucro financeiro. Isso pode ocorrer através da venda de serviços de checagem para diferentes entidades, como veículos de comunicação, agências de publicidade, governos e empresas. Essa prática pode levantar questionamentos éticos em relação à independência e imparcialidade das agências de checagem, assim como sobre possíveis interesses comerciais que possam influenciar o processo de verificação de informações.

A *Lupa* tem como preceitos importantes em sua estrutura a transparência e o apartidarismo. Em 2019, a agência tornou-se o primeiro veículo de *fact-checking* a integrar o consórcio mundial *The Trust Project*, passando a seguir os preceitos de transparência jornalística. Além disso, a *Lupa* faz parte da *International Fact-Checking Network (IFCN)*, que recomenda o princípio do apartidarismo para seus membros. Segundo a agência, “todos os funcionários se comprometem a segui-lo, assinando um termo de compromisso” (Lupa, 2020).

No ano de 2020, sendo o auge da pandemia da COVID-19, Nobrega (2021, p. 112) afirma que a *Lupa* “se destacou nacional e

internacionalmente por meio de projetos e parcerias para potencializar a verificação dos fatos”. Conforme apontado pela pesquisadora, a Figura 2 indica que o ano de 2020 registrou o maior volume de publicações, com um aumento de 100% em relação ao ano anterior.

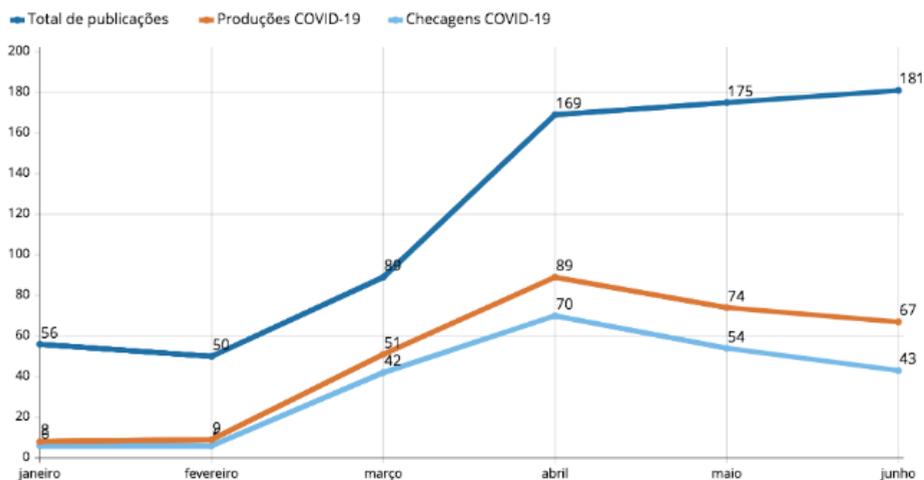
Figura 2. Número de publicações no site da *Lupa* por mês e por ano

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Jan		10	9	29	72	56
Fev		15	15	21	72	50
Mar		12	18	49	57	89
Abr		13	22	32	65	169
Mai		14	27	40	61	175
Jun		15	22	37	54	181
Jul		15	20	37	57	130
Ago		17	24	64	57	109
Set		53	26	69	59	88
Out	10	40	23	117	58	168
Nov	4	13	22	74	55	244
Dez	6	8	27	65	55	70
Total	20	225	255	634	722	1.529

Fonte: Nóbrega (2021, p. 112)

O estudo exploratório de Teixeira e Martins (2020) aponta que a *Lupa* produziu 298 conteúdos relacionados à COVID-19 entre janeiro e junho de 2020, dos quais 291 foram identificados como checagens, conforme apresentado na Figura 3.

Figura 3. Publicações e checagens da *Lupa* sobre a COVID-19 no período de janeiro a junho de 2020



Fonte: Teixeira; Martins (2020, p. 76)

De acordo com Graves (2016), as plataformas de verificação de fatos geralmente seguem procedimentos semelhantes e obtêm resultados similares. Amazeen (2015) reforça essa afirmação, ao comparar os resultados das verificações realizadas pelo *FactCheck.org*, *The Post's Fact Checker* e *Politifact*, e constatar que essas plataformas chegaram a conclusões semelhantes em mais de 95% dos casos. No cenário nacional, Damasceno e Patrício (2020) realizaram uma comparação entre as checagens feitas pela *Lupa* e *Aos Fatos* no mês de janeiro de 2019, e verificaram que ambas as plataformas chegaram às mesmas conclusões em 100% das vezes.

Os jornalistas da *Lupa* adotam as seguintes categorias no momento da checagem: “*Quem fala*” (enunciações de personalidades com maior destaque nacionalmente, como políticos e artistas, por exemplo), “*o que fala*” (conteúdos classificados de interesse público) e “*que barulho faz*” (informações com maior relevância nas redes sociais). A partir de maio de 2018, a *Lupa* incorpora em seu catálogo de serviços o *debunking* (checagem de informações publicadas por fontes não oficiais):

Uma vez decidida a frase/conteúdo que será checado, o repórter da *Lupa* faz um levantamento de “tudo” que já foi publicado sobre o assunto. Consulta jornais, revistas e sites. Depois, se debruça sobre bases de dados oficiais e inicia o processo de garimpo de informações públicas. Na ausência delas ou diante da necessidade de saber mais sobre o assunto a ser checado, o repórter da *Lupa* recorre às Leis de Acesso à Informação (LAI) e/ou às assessorias de imprensa. Ainda pode ir a campo, levando consigo os meios tecnológicos que julgar necessários para a apuração: equipamento fotográfico, de áudio ou de vídeo. Para concluir seu trabalho, o repórter pode recorrer à análise de especialistas para contextualizar o assunto e evitar erros de interpretação de dados. Com tudo isso em mãos, solicita posição oficial daquele que foi checado, dando-lhe tempo e ampla oportunidade para se explicar (no caso do *debunking*, esse passo pode ser omitido) (Lupa, 2015b).

Após a conclusão do processo de verificação, a *Lupa* utiliza etiquetas específicas (conforme a Figura 4) para classificar as respectivas checagens de acordo com seu grau de veracidade. Assim como outras iniciativas de *fact-checking*, a plataforma emprega diferentes classificações para os níveis de veracidade encontrados nas informações analisadas. No caso da *Lupa*, são nove as etiquetas utilizadas:

Figura 4. Etiquetas da *Lupa*

FALSO	
Falso: A informação está comprovadamente incorreta.	
CONTRADITÓRIO	SUBESTIMADO
Contraditório: A informação contradiz outra difundida pela mesma fonte antes.	Subestimado: Os dados reais são ainda mais graves dos que o mencionado. A informação foi minimizada de 10% a 100%*.
VERDADEIRO	INSUSTENTÁVEL
Verdadeiro: A informação está comprovadamente correta.	Insustentável: Não há dados públicos que comprovem a informação.
AINDA É CEDO PARA DIZER	VERDADEIRO, MAS
Ainda é cedo para dizer: A informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é.	Verdadeiro, mas: A informação está correta, mas o leitor merece um detalhamento.
EXAGERADO	DE OLHO
Exagerado: A informação está no caminho correto, mas houve exagero de mais de 10% e de menos de 100% frente ao total real*.	De olho: Etiqueta de monitoramento.

Fonte: Lupa (2015c)

No fim de todo processo da checagem, a *Lupa* almeja entregar “[...] a seus leitores um texto objetivo, repleto de links que o ajudarão a reconstruir o caminho percorrido pelo checador e a entender suas conclusões” (Lupa, 2015c). A empresa ainda reforça que “[...] acredita que é o leitor quem checa o checador” (Lupa, 2015c).

A chegada da pandemia de COVID-19 trouxe consigo uma avalanche de informações, frequentemente conflitantes, sobre a doença, incluindo sua origem, sintomas, tratamentos e prevenção. Infelizmente, juntamente com informações precisas, muitas informações falsas e desinformação também estão circulando, o que pode representar um risco à saúde pública. Nesse contexto, a verificação de fatos tem sido amplamente utilizada para desmascarar boatos e informações falsas que podem levar as

pessoas a se exporem a riscos desnecessários ou a adotar tratamentos, ou medidas de prevenção ineficazes.

2.3 *Lupa* e COVID-19: a verificação no combate a desinformação

Com a pandemia da COVID-19, a comunicação e a informação foram desafiadas, e muitas *fake news* e desinformação surgiram, gerando ainda mais medo e confusão na população. A checagem de fatos e a verificação de informações tornaram-se cada vez mais importantes para garantir que as informações divulgadas sejam confiáveis e baseadas em evidências, evitando a disseminação de boatos e rumores prejudiciais à saúde e segurança das pessoas.

A crise gerada pela pandemia da COVID-19 levou a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) a elaborar um conjunto de políticas para enfrentar a onda de desinformação sobre o *Coronavírus*. A UNESCO definiu esse contexto como uma “**infodemia massiva**”.

A UNESCO cunhou o termo "infodemia massiva" para se referir à propagação desenfreada de informações falsas, imprecisas ou enganosas, em especial durante momentos de crise ou eventos globais significativos, como a pandemia da COVID-19. Esse excesso de informações pode levar à confusão e dificultar a busca por fontes confiáveis e informações precisas, resultando em possíveis consequências negativas para a saúde pública e a sociedade.

O relatório da UNESCO enfatiza a distinção entre desinformação e informação incorreta, observando que a intenção do emissor do conteúdo impreciso ou falso é um fator importante na determinação dessa diferença:

A intenção do agente que produz ou compartilha o conteúdo impreciso pode diferenciar desinformação de informação incorreta. A produção de conteúdos que prometem tratamentos falsos com o objetivo de obter lucro privado é um exemplo de desinformação. Porém, pode ser descrita como informação incorreta quando se acredita que seja uma informação verdadeira, e a compartilha inocentemente com a intenção de ajudar. No caso da COVID-19, as respostas podem variar de acordo com as diversas motivações daqueles que são cúmplices da desinformação e da informação incorreta. Por exemplo, a educação é uma solução parcial para a desinformação, enquanto que impedir que se ganhe dinheiro com fraudes é outra forma de reduzir o fornecimento de desinformação. Contudo, o impacto do conteúdo falso, independentemente das intenções, é potencialmente o mesmo. Em ambos os casos, as pessoas encontram-se subjugadas por serem desinformadas de forma ativa, resultando, assim, em impactos extremamente graves.

A Unesco destaca em seu documento a importância de distinguir entre desinformação e informação incorreta, enfatizando que a intenção por trás da disseminação dessas informações é um fator determinante para essa distinção. No contexto da pandemia da COVID-19, várias motivações subjacentes à propagação de desinformação e informação incorreta são mencionadas, e o documento ressalta a necessidade de instrução e de se evitar fraudes que buscam lucrar com a situação. A Unesco adverte para as graves consequências que a desinformação pode ter na vida das pessoas, independentemente da intenção por trás da disseminação de conteúdo impreciso, enfatizando a urgência em se lidar com esse problema.

Por essa razão, o documento publicado pela UNESCO introduz o termo "**desinfodemia**" e explica que

Para entender a desinfodemia, considera-se o seu oposto — a informação como a base para o conhecimento. É o acesso à informação, não à desinformação, que torna o direito à liberdade de expressão relevante e útil às sociedades. Informações comprováveis, confiáveis, como as que são produzidas pela ciência e pelo jornalismo profissional, são essenciais na construção do que a UNESCO descreve como “sociedades do conhecimento”. A desinfodemia se opõe a isso.

A UNESCO destaca a importância da informação como base do conhecimento e enfatiza que é fundamental garantir o acesso à informação confiável para garantir o direito à liberdade de expressão e construir sociedades do conhecimento. No entanto, a desinfodemia age de maneira oposta, espalhando informações falsas e imprecisas que prejudicam a sociedade. Para combater esse fenômeno, é crucial valorizar e promover a produção de informações comprováveis e confiáveis, como as produzidas pela ciência e pelo jornalismo profissional.

A UNESCO identificou quatro principais formatos de desinfodemia. O primeiro formato é chamado de "construções de narrativas e memes emotivos". Nesse formato, são criadas alegações falsas que misturam linguagem emotiva, informações incompletas, opiniões e elementos de verdade, o que dificulta a detecção dessas informações em aplicativos de mensagens privadas. O segundo formato é a criação de sites e identidades oficiais falsas, como fontes falsas, bancos de dados corrompidos, sites governamentais ou corporativos falsos e páginas da web que parecem publicar notícias verdadeiras, mas contêm informações enganosas ou falsas, como casos falsos de COVID-19. O terceiro formato é o uso de imagens e vídeos fraudulentos, adulterados, fabricados ou

descontextualizados, com o objetivo de gerar desordem e desconfiança generalizada, ou de provocar respostas emocionais intensas por meio de memes ou narrativas falsas que se espalham rapidamente. Por fim, o quarto formato é a infiltração de desinformação e campanhas orquestradas que são usadas para criar tensão e conflito em comunidades online, promover agendas nacionalistas ou geopolíticas, coletar dados de saúde ilegalmente ou por meio de *phishing* e obter ganhos financeiros por meio de spam e anúncios de curas falsas. É importante destacar que esses formatos podem envolver o uso de robôs, como bots e trolls, e o aumento artificial de alcance de conteúdo por meio de impulsionamento, como parte de campanhas organizadas de desinformação.

A UNESCO identificou nove áreas críticas que são alvos de desinformação em relação à pandemia, incluindo a origem e disseminação da COVID-19, estatísticas enganosas, impactos econômicos, desacreditar jornalistas e fontes confiáveis, sintomas, diagnóstico e tratamento da doença, impactos na sociedade e meio ambiente, politização, conteúdo direcionado a roubo de dados pessoais e desinformação envolvendo celebridades.

Durante a pandemia, a infodemia se tornou um grande problema devido à disseminação de informações falsas. A UNESCO criou o termo para descrever essa situação e destacou a importância do *fact-checking*. Um estudo do *Reuters Institute* mostrou um aumento de 900% no número de informações verificadas em inglês. Segundo Ferreira (2022), o “[...] *fact-checking* é uma resposta a todas as convicções fanáticas que impedem o diálogo”.

Durante a pandemia da COVID-19, o *fact-checking* surge como uma opção importante para combater a disseminação de desinformação que pode causar graves consequências para a saúde pública. A propagação

rápida de informações falsas nas redes sociais digitais pode levar as pessoas a adotarem comportamentos perigosos, como o uso de medicamentos sem eficácia comprovada. Por exemplo, desmentir a afirmação de que o vírus da COVID-19 foi criado em laboratório pode ajudar a mostrar que não há evidências científicas que sustentem essa teoria.

A Lupa se tornou uma importante referência no combate à desinformação durante a pandemia da COVID-19. Natália Leal, diretora de Conteúdo da Lupa, ressaltou em entrevista ao *Portal Imprensa* que a quantidade de desinformação circulando em tópicos e assuntos diferentes tem sido um grande desafio para os checadores. Além disso, as informações mudam constantemente, exigindo uma atenção redobrada por parte dos verificadores.

A desinformação na pandemia de COVID-19 é um fenômeno completamente novo e um grande desafio para os checadores, porque há uma quantidade absurda de desinformação circulando sobre temas e assuntos diferentes. Na eleição de 2018, nós trabalhávamos muito, mas os tópicos se repetiam, embora as peças fossem novas. Agora, temos mais peças e muito mais tópicos. É necessário estar atento a uma quantidade de temas muito maior do que em qualquer outro momento e, ao mesmo tempo, lidar com o fato de que as informações mudam, porque o vírus é novo e as formas de combatê-lo também estão sendo descobertas aos poucos. É um momento muito desafiador.

Durante a pandemia da COVID-19, a Lupa se uniu ao Instituto Serapilheira para lançar uma iniciativa de combate à desinformação chamada “CoronaVerificado”. O projeto consistiu em uma parceria entre diversas organizações de mídia e jornalismo, que envolveu mais de 20 veículos de comunicação. A iniciativa teve como objetivo produzir

conteúdo para desmentir informações falsas, verificar informações e checar o discurso público de autoridades e políticos em relação à pandemia. Com o desdobramento do projeto, a *Lupa* tornou-se uma importante aliada no combate à desinformação durante a crise sanitária.

Segundo uma pesquisa realizada pela *MindMiners* e *Avaaz*, a grande maioria dos brasileiros, cerca de 70%, buscam informações sobre a COVID-19 diariamente. Desses, 80% se preocupam em verificar se as notícias que recebem são verdadeiras. Os meios mais utilizados para buscar informações são a televisão e sites de notícias, enquanto as redes sociais digitais são consideradas pouco confiáveis por 40% dos entrevistados. Além disso, 14% desconfiam da veracidade das notícias veiculadas pelos sites de notícias.

A *Avaaz* conduziu um estudo que revelou que cerca de 70% dos brasileiros acreditam em pelo menos uma notícia falsa relacionada à pandemia, o que corresponde a aproximadamente 110 milhões de pessoas, ou sete em cada 10 brasileiros. Segundo a pesquisa, as redes sociais, especialmente o *WhatsApp* e o *Facebook*, são as principais fontes de desinformação sobre a pandemia. Os entrevistados citaram amplamente essas plataformas como veículos de propagação de *fake news*.

A representação gráfica presente na Figura 5 demonstra as informações falsas que foram mais amplamente difundidas durante o auge da pandemia, ocorrido em 2020:

Figura 5. Informações compartilhadas sobre a COVID-19 durante 2020

<p>Pandemia do coronavírus é jogada da China para obter ganhos econômicos.</p>  <p>FALSO</p>	<p>Não há evidências de que o vírus foi criado em laboratório e bolsas da China vêm apresentando queda desde o início da pandemia.</p>
<p>Coronavírus fica de 3 a 4 dias na garganta e pode ser eliminado com água e chás quentes.</p>  <p>FALSO</p>	<p>O vírus se aloja nas células e o Ministério da Saúde afirmou que não há nenhum medicamento ou substância capaz de prevenir a infecção.</p>
<p>Cuba já desenvolveu vacina contra coronavírus</p>  <p>FALSO</p>	<p>Ainda não há uma vacina disponível para prevenção contra o coronavírus. O medicamento "interferon alfa 2B" (IFNrec) é, na verdade, um antiviral usado no tratamento da doença.</p>
<p>O vírus é fraco e não resiste ao calor. Temperaturas de 26 ou 27 °C já eliminam</p>  <p>FALSO</p>	<p>Temperaturas mais altas do que 30 graus podem reduzir o tempo de permanência desse tipo vírus no ambiente, mas são insuficientes para eliminá-lo imediatamente.</p>
<p>Nostradamus previu o surto do coronavírus em 1555</p>  <p>FALSO</p>	<p>A informação não consta nos textos de Nostradamus.</p>

Fonte: Agência Lupa, Aos Fatos, E-Farsas e Estádão Verifica

Arte: Larissa Fernandes/Agência Pública

Natália Leal destaca a importância de buscar informações de fontes confiáveis, como pesquisadores e, sobretudo, jornalistas profissionais, para realizar a verificação de fatos de forma efetiva. Ela ressalta que, em um

cenário de desinformação em massa, é fundamental contar com profissionais capacitados para a produção de conteúdo jornalístico de qualidade, que possa ser utilizado como referência no combate à desinformação. A diretora de conteúdo da *Lupa* afirma que “Independentemente de qual é a crença ou qual é a posição política, as pessoas precisam estar conscientes de que elas devem se informar com quem estudou, trabalha fazendo isso e dedica a sua vida fazendo isso”.

Barbosa e Neves (2021) destacam a relevância de repensar o papel do jornalismo frente à disseminação de narrativas que não se comprometem com a análise dos fatos, mas sim com a perpetuação de estereótipos e crenças. Nesse sentido, agências de checagem, como a *Lupa*, apontam a importância de desenvolver novos métodos e fluxos produtivos que sejam mais apropriados para o atual contexto da sociedade da informação e do trabalho em rede.

Ao conversar com a *Folha de S. Paulo* no podcast "Eleições na internet", Tardáguila reforçou que

[...] a imprensa ainda não entendeu o que ela deve fazer para cobrir desinformação. Acho que a gente precisa entender que, antes de escrever sobre a desinformação, antes de escrever sobre as notícias falsas, a gente precisa saber o tamanho da desinformação, ou dessa notícia falsa, porque a gente corre o risco de, efetivamente, tá sendo usado para amplificar uma narrativa falsa ao dizer que ela não existe, que ela é falsa. Então, as redações precisam ter pessoas e equipamentos capazes de justificar uma pauta sobre desinformação com base no quão viral aquela publicação é. Sem passar por esse crivo, acho muito perigoso por parte dos jornalistas escrever sobre desinformação. O silêncio estratégico é uma proposta que alguns especialistas em desinformação fazem que pode ser aplicado e deve ser aplicado pela mídia, mas que conta muito com o envolvimento da população.

É fundamental destacar que a estratégia de ignorar a desinformação não deve ser a única tática adotada. Em situações em que a desinformação é disseminada amplamente e pode ter graves implicações para a saúde pública, a democracia ou outros aspectos sociais, é necessário tomar medidas mais proativas para combatê-la, tais como disseminar informações precisas e educar a população sobre a importância de verificar as informações antes de compartilhá-las.

No artigo intitulado de “Como e quando o ‘silêncio estratégico’ é a melhor arma contra a desinformação”, a *Lupa* compartilha seis dicas estratégicas de como combater a desinformação de forma eficaz:

1. Ao tratar de uma desinformação, nunca a compartilhe em sua totalidade. Não replique o tuíte original, por exemplo. A sociedade não precisa ver a mentira completa para saber que ela é falsa. Um resumo é suficiente.
2. Use marcações gráficas evidentes para comentar uma mentira. Por exemplo: faça uma captura de tela e coloque um “X” sobre a imagem, deixando visualmente claro que o conteúdo é falso, enganoso ou descontextualizado. Há casos de imagens falsas que aparecem como referência para uma informação verdadeira no Google Imagens, por exemplo. É preciso evitar confusões.
3. Etiquetar uma conta que desinforma é dar sobrevida a ela. A conta do desinformador tende a se tornar mais popular quando um veículo sinaliza sua existência. Uma boa prática nesse caso é deixar os negacionistas e desinformadores falando sozinhos, no escuro.
4. Evite dar nomes aos desinformadores. Essa é uma outra forma de oxigenar-los. Ao reportar sobre alguém que desinforma de modo constante, o melhor é escrever ou falar sobre o “ex-jogador de futebol”, o “ex-deputado”, o “apresentador de televisão”, sem a menção direta ao seu nome.
5. As mesmas técnicas utilizadas nas redes sociais abertas se aplicam aos aplicativos de mensagens, como WhatsApp e

Telegram. Logo, a imprensa e os influenciadores também devem atentar para não oxigenar as falsidades oriundas desses espaços.

6. Escrever sobre o ‘silêncio estratégico é importante’. Como seria o mundo digital se mais e mais pessoas entendessem e incluíssem essa estratégia em seu dia a dia?

Além disso, a crescente proliferação de informações falsas e desinformação na era digital ressalta a necessidade cada vez maior de verificadores de fatos independentes e confiáveis. Organizações como a Lupa têm um papel fundamental no combate à desinformação, trabalhando com parcerias e abordagens inovadoras, como o uso de inteligência artificial e a verificação em tempo real.

No entanto, é importante lembrar que a luta contra a desinformação não deve se limitar apenas à prática do *fact-checking*. A educação da população sobre a importância da checagem de informações e a divulgação de informações precisas e confiáveis também são fundamentais para combater a disseminação de *fake news*. Além disso, é importante que as plataformas digitais assumam sua responsabilidade na prevenção e combate à desinformação, desenvolvendo políticas e ferramentas que possam reduzir a circulação de informações falsas em suas redes.

Portanto, é fundamental que jornalistas, verificadores de fatos, empresas de tecnologia e a sociedade em geral trabalhem juntos na luta contra a desinformação, garantindo que as informações sejam precisas, confiáveis e transparentes. Somente através da colaboração e do compromisso com a verdade é que poderemos construir uma sociedade mais justa e democrática.

Cabe ressaltar que a utilização de *fake news* por parte do ex-presidente Jair Bolsonaro e de seus apoiadores tem se tornado uma prática recorrente na política brasileira, o que tem gerado preocupações em relação aos impactos dessa estratégia na democracia e na sociedade em

geral. A disseminação de *fake news* também tem um impacto significativo na pandemia da COVID-19, já que informações falsas podem levar à desinformação da população sobre a doença e suas formas de prevenção e tratamento. Isso pode resultar em comportamentos inadequados que aumentam a propagação do vírus, como a recusa em usar máscaras ou em seguir medidas de distanciamento social, além de desencorajar a busca por informações precisas sobre a doença e a vacinação.

Com a pandemia, a desinformação se tornou um grave problema de saúde pública no Brasil. A disseminação de informações falsas e o negacionismo por parte do governo Bolsonaro teve impactado negativamente a adesão da população às medidas de prevenção e à vacinação, contribuindo para o aumento de casos e mortes. A institucionalização das *fake news* por Bolsonaro não só fragiliza a democracia, mas também a saúde e a vida dos brasileiros, tornando ainda mais urgente a necessidade de se combater a desinformação de forma efetiva.

Dessa forma, no terceiro capítulo, será realizada uma análise crítica dos discursos inverídicos proferidos pelo ex-presidente Jair Bolsonaro acerca da COVID-19 em 2020, os quais foram verificados pela *Agência Lupa*.

3. FAKE NEWS E A COVID-19: O COMBATE À DESINFORMAÇÃO A PARTIR DOS DISCURSOS DE BOLSONARO

Ao decorrer do presente capítulo, será apresentada uma análise crítica dos discursos falsos de Bolsonaro acerca da COVID-19 em 2020, resultado da dissertação do autor que vos escreve, cujo objetivo é analisar a instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em 2020, a partir da checagem da *Lupa* em contexto de pós-verdade.

A partir de dados coletados pela *Aos Fatos*, é mostrado que o político em questão fez cerca de 6.685 declarações falsas durante seus 1.459 dias na presidência até o final de 2022. É mencionado que Bolsonaro parece tratar todos os dias como se fosse o famoso Dia da Mentira, 1º de abril, o que é bastante preocupante. Além disso, o texto ressalta que a ausência de corrupção em seu governo, que é um tema frequentemente abordado por Bolsonaro, foi mencionada apenas 249 vezes. Esses dados sugerem que o governo de Bolsonaro utilizou informações falsas e distorcidas, conhecidas como *fake news*, como uma forma de guiar suas ações e discurso político. “*Fake news* acima de tudo, *fake news* acima de todos”: este lema guiou o governo de Bolsonaro.

Figura 6. Todas as declarações falsas de Bolsonaro durante o seu governo checadas pela *Aos Fatos*



Fonte: *Aos Fatos*

É possível afirmar, com base na Figura 6, que as *fake news* foram usadas de forma sistemática e estratégica ao longo de todo o governo de Bolsonaro, incorporadas em seus discursos presidenciais. Esse comportamento influenciou nas decisões políticas, como a minimização da importância de protocolos sanitários, como o uso de máscara e o distanciamento social, no combate ao *coronavírus*.

Simões, Mendes e Militão (2021) também destacam as *fake news* como um dos aspectos da comunicação política de Bolsonaro e seus aliados.

[...] disseminar fake news faz parte da comunicação política de Bolsonaro. O presidente profere discursos, muitas vezes, sem fundamentação. Isso mobiliza a sociedade, nacional e, por vezes, internacional, especialmente em uma tentativa de refutar o que ele disse anteriormente. Essa tática de proferir notícias falsas é conhecida como *firehosing* e é usada não só por Bolsonaro, mas por outros políticos (Paul e Matthews, 2016). O objetivo de se comunicar dessa forma, aparentemente desordeira e descompromissada, é justamente gerar comoção e fomentar o debate em cima de tais temas. Além de mobilizar seus eleitores e defender sua posição de poder. Especialmente no caso da pandemia do COVID-19, isso ficou em evidência, visto que o presidente foi contra as diretrizes da OMS sobre a gravidade do vírus e como agir diante da situação (Simões; Mendes; Militão, 2021, p. 8).

Simões, Mendes e Militão (2021) afirmam que a disseminação de *fake news* é uma estratégia de comunicação política utilizada por Bolsonaro e outros políticos para gerar comoção e fomentar o debate em torno de determinados temas, além de mobilizar seus eleitores e defender sua posição de poder. Essa tática é conhecida como *firehosing*, sendo evidenciada durante a pandemia do COVID-19, quando o presidente foi contra as diretrizes da OMS sobre a gravidade do vírus e as medidas de prevenção.

A utilização de *fake news* sobre a COVID-19 por líderes políticos tem sido uma questão preocupante desde o início da pandemia. Infelizmente, Bolsonaro foi um dos principais propagadores de desinformação sobre o assunto no Brasil, chegando a minimizar a gravidade da doença, desacreditar a eficácia das medidas de prevenção, promover tratamentos sem comprovação científica e até mesmo questionar a eficácia das vacinas.

Essas atitudes têm um impacto negativo significativo na luta contra a pandemia, pois as pessoas tendem a seguir as orientações de líderes políticos, mesmo quando elas são baseadas em informações falsas ou imprecisas. Isso levou a uma propagação mais rápida da doença, a um aumento no número de casos e mortes, além de dificultar o trabalho das autoridades de saúde na implementação de políticas eficazes de prevenção e tratamento.

A respeito disso, Segurado (2021) destaca o uso massivo de *fake news* por parte do governo Bolsonaro com o intuito de semear a dúvida e confusão sobre as medidas de combate ao vírus da COVID-19. O maior exemplo disso, segundo ela, é o incentivo ao tratamento precoce, apesar de órgãos internacionais de saúde não recomendarem, entre eles a *Organização Mundial da Saúde* (OMS). Tal recomendação de Bolsonaro era feita, principalmente, por meio de *lives* no seu canal no *Youtube*. O tratamento precoce consiste na utilização de cloroquina, ivermectina, nitazoxanida, zinco, remdesivir, azitromicina.

De acordo com pesquisadores da Universidade do Texas, o *WhatsApp* teve um papel fundamental durante o governo de Bolsonaro em espalhar desinformação para grupos hiperpolarizados e antipetistas. Os aliados do político de extrema-direita utilizaram a plataforma de mensagens para disseminar informações falsas nos últimos anos.

O estudo intitulado “Como a desinformação no *WhatsApp* passou de arma de campanha para propaganda governamental no Brasil” publicado em março de 2023, revela que o aplicativo foi usado como um canal de disseminação de desinformação pela campanha de Bolsonaro durante as eleições de 2018. Posteriormente, o *WhatsApp* se transformou em uma ferramenta de propaganda computacional coordenada por representantes do governo.

Segurado (2021, p. 24) explica a instrumentalização das *fake news* na prática política de Bolsonaro:

Como prática de estratégia bolsonarista de disseminar a desinformação quando alguma polêmica era difundida pelo presidente, imediatamente sua rede de apoiadores era acionada para ampliar o impacto de sua narrativa. E, em boa parte dessas situações, o instrumento utilizado por esses grupos são as notícias falsas, distorcidas e sem base em fatos. Além da mensagem circular nas redes sociais, a mesma informação foi compartilhada pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM) da Presidência da República, afirmando que a cloroquina era o tratamento com maior eficácia para o combate da COVID-19. Trata-se do uso da estrutura de comunicação presidencial para propagar a desinformação, ao mesmo tempo que nenhum órgão governamental realizava campanhas de orientação e esclarecimento sobre a pandemia e suas formas de contágio.

Durante o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras de 2022, em que Luiz Inácio Lula da Silva saiu vitorioso, o *The Economist* publicou um editorial em que afirmava que “Bolsonaro mente com a facilidade que respira e imagina conspirações em todos os lugares. Ele não faz nenhum esforço para frear a destruição da floresta Amazônica. Sua condução da pandemia da COVID-19 foi uma desgraça. Seu círculo de contatos tem presença do crime organizado”.

A afirmação do *The Economist* sugere que o ex-presidente do Brasil, Bolsonaro, foi um líder que mentia com frequência e propagava teorias conspiratórias sem fundamentos. Além disso, a publicação criticou a falta de ação de Bolsonaro para combater o desmatamento da Amazônia, bem como sua gestão inadequada da pandemia da COVID-19. O editorial também sugeriu que o círculo de contatos de Bolsonaro possuía conexões

com o crime organizado, o que levanta preocupações sobre a integridade e transparência do governo liderado por Bolsonaro.

No artigo "Efeitos de verdade: a retórica eleitoral de Bolsonaro", Piovezani (2021) argumenta que Bolsonaro empregou o silêncio como estratégia política durante sua campanha eleitoral em 2018. Conforme Piovezani (2021), o político adotou um discurso enfático e autoritário, embora tenha encontrado dificuldades em apresentar sua firmeza, seu tom autoritário e sua posição como servo de Deus, além de representar-se como um sujeito comum. É possível observar que Bolsonaro se utiliza de práticas discursivas para se apresentar como um sujeito popular, alguém do povo, um "presidente sem filtro" (Piovezani, 2021, p. 157). Tal processo discursivo de Bolsonaro é determinante para a elaboração do estilo do enunciador (Bakhtin, 2011).

Lopes, Brito e Santos (2022) salientam que as questões discutidas ao longo dessa dissertação, como *fake news*, pós-verdade e desinformação, estão na centralidade das práticas políticas de Bolsonaro, e sendo potencializadas devido ao *coronavírus*. Acerca da política bolsonarista,

há a presença de uma visão dualista de relações intergovernamentais, com um menor apoio da União a governos subnacionais (estados e prefeituras), mas com uma postura centralizadora e hierárquica nas questões de impacto nacional, também chamado de federalismo bolsonarista, marcado por uma lógica federativa compartimentalizada, autocrática e confrontadora de “[...] luta constante contra adversários reais ou imaginados. Mobiliza a lógica de guerra para atizar seu eleitorado e marcar posição antissistema. Os maiores inimigos são as instituições e suas lideranças [...]” (Abrucio *et al.*, *apud* Lopes; Brito; Santos, 2022, p. 3).

Diante deste contexto, o presente tópico apresenta uma análise das principais *fake news* compartilhadas por Bolsonaro em 2020, as quais foram verificadas pela agência de *fact-checking*, *Lupa*. É possível perceber que as disputas de narrativas e informações falsas são travadas através do discurso.

Com o intuito de analisar criticamente as práticas sociais por trás das estruturas textuais, a Análise de Discurso Crítica (ADC), proposta por Fairclough (2019), oferece um arcabouço metodológico que busca uma análise textual mais profunda e crítica. Por meio da aplicação da ADC, espera-se analisar como Bolsonaro instrumentalizou as *fake news* em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em 2020, considerando o contexto de pós-verdade e a checagem realizada pela *Lupa*.

Conforme abordado neste livro, estamos vivendo na era da pós-verdade, uma condição estrutural em que fatos objetivos são suprimidos em detrimento de apelos emocionais. Nesse contexto, as *fake news* são potencializadas pelas redes sociais digitais.

Aqui, tem como compreensão que as *fake news* são vistas como um gênero discursivo, em concordância com a perspectiva de Rosa (2022, p. 71), que, segundo ele, apresentam “recursos multimodais”, pois em sua formação discursiva incorporam diversos recursos semióticos e imagéticos. E em tempos de pandemia, é visto aumentar, torrencialmente, o fluxo de compartilhamento de informações falsas, como já abordado no capítulo 2.

Segundo o pensamento de Santaella (2019, p. 75), expresso em seu texto, "todo discurso está determinado por aquilo que ele visa reportar", o que significa que todo discurso tem uma intenção ou objetivo específico, seja informar, persuadir, convencer, entre outros. Quando o objetivo do discurso é falsear os fatos, ou seja, transmitir informações falsas com a intenção de enganar ou manipular o público, isso pode levar à criação de

uma "mentira organizada", sendo um dos elementos da pós-verdade. A "mentira organizada" pode ser entendida como um discurso organizado e intencional que visa distorcer ou manipular a realidade, e que pode ser amplamente difundido e aceito por uma grande parte da sociedade, graças ao poder de alcance das redes sociais digitais e da mídia em geral.

Charaudeau (2022) afirma que as *fake news* buscam negar verdades já comprovadas, apresentando-se como verdadeiras e criando um universo de negatividade. Além disso, destaca que a pós-verdade rejeita o sentido, promovendo a proliferação de palavras com sentidos esvaziados.

Compreende-se que a pós-verdade valoriza uma determinada forma de expressão que contribui para uma propagação de desinformação. As declarações de Bolsonaro relacionadas à COVID-19 são vistas como um discurso "autorizado" devido à sua posição no campo político, uma vez que, à época, ocupava a presidência da República.

A pós-verdade se refere a um fenômeno em que a opinião pública é influenciada não apenas pelos fatos objetivos, mas também pelas emoções, crenças e valores que circulam em torno desses fatos. O discurso político é um dos principais meios pelos quais a pós-verdade é disseminada, já que muitas vezes os políticos utilizam afirmações que não são fundamentadas em fatos concretos, mas que têm o objetivo de causar uma determinada reação no público.

No caso do discurso de Bolsonaro sobre a COVID-19, é possível identificar uma série de enunciações que se enquadram nessa categoria da pós-verdade. Por exemplo, o ex-presidente constantemente minimizou a gravidade da pandemia, afirmando que se tratava apenas de uma "gripezinha", o que contrariava as informações científicas que já eram conhecidas sobre a gravidade da doença.

Além disso, Bolsonaro também defendeu tratamentos sem eficácia comprovada contra a COVID-19, como a cloroquina, e criticou medidas de distanciamento social e uso de máscaras, mesmo com evidências científicas apontando a eficácia dessas medidas na prevenção da disseminação do vírus. Essas afirmações baseadas em crenças pessoais, e não em fatos concretos, contribuem para a disseminação da pós-verdade, já que o público pode ser influenciado por essas opiniões sem questionar a sua veracidade.

Porém, é importante ressaltar que essa não é uma prática exclusiva de Bolsonaro ou do campo político. A disseminação da pós-verdade é um fenômeno amplo e complexo que envolve diversos atores sociais e políticos, além de questões culturais e tecnológicas. O combate à desinformação e à pós-verdade requer ações coordenadas e estratégias eficazes, que envolvam não apenas a checagem de fatos, mas também a educação midiática e o fortalecimento da democracia e do jornalismo de qualidade.

Concorda-se com Fontana (2021, p. 90), que afirma que “a pós-verdade é interpretada como um modo de dizer no campo da política, ou seja, como uma forma histórica particular da enunciação política”.

Fontana (2021) está reforçando a ideia de que a pós-verdade não é apenas um fenômeno linguístico isolado, mas sim uma expressão de um contexto político mais amplo. Fontana (2021) destaca que a pós-verdade não é uma mera distorção da verdade, mas sim um modo particular de enunciação política que se tornou comum em nossa sociedade atual. Além disso, Fontana (2021) destaca que a pós-verdade não pode ser vista como um problema exclusivo da linguagem, mas sim como um fenômeno social e político que afeta as instituições e a vida pública de forma mais ampla. Em suma, Fontana (2021) defende que a pós-verdade é uma forma

particular de discurso político que deve ser entendida no contexto mais amplo de mudanças sociais e políticas em curso em nossa sociedade.

É defendido a potencialidade das condições materiais para o estímulo do pensamento crítico, uma vez que os sujeitos estão submersos na era da desinformação, que colabora para o pensamento acrítico. O pensamento crítico, ao contrário, “procura modos alternativos de pensamento e comportamento a partir dos quais cria uma oposição crítica” (Marcuse, 2015, p. 11).

Com essa afirmação, Marcuse (2015) destaca a importância do pensamento crítico como um instrumento fundamental para a transformação social. Para ele, a crítica não se limita a identificar as contradições do sistema, mas buscar formas alternativas de pensamento e ação que possibilitem a superação das estruturas opressivas. Marcuse (2015) acredita que o pensamento crítico deve ter o poder de romper com as ideias dominantes e de questionar as verdades estabelecidas, abrindo espaço para novas formas de pensar e de agir. Nesse sentido, o pensamento crítico é uma ferramenta indispensável para a luta contra a opressão e a injustiça, ao permitir a criação de uma oposição consciente e engajada na transformação da sociedade.

A conexão entre a asserção de Marcuse (2015) e a Análise de Discurso Crítica (ADC) é próxima, já que a ADC também se propõe a gerar uma oposição crítica por meio de uma análise minuciosa do discurso. A ADC não se satisfaz com a análise meramente superficial do que é dito no discurso, mas busca revelar as estruturas discursivas e as práticas sociais subjacentes. Isso implica que a ADC contesta as dinâmicas de poder que estão presentes em um discurso e procura expor como o discurso é empregado para manter ou subverter tais dinâmicas.

Assim, tanto Marcuse (2015) quanto a ADC buscam criar alternativas ao discurso hegemônico, questionando as verdades estabelecidas e as práticas sociais que as sustentam. Enquanto Marcuse (2015) enfatiza a necessidade de um pensamento crítico que questiona as estruturas de poder, a ADC visa revelar essas estruturas por meio de uma análise cuidadosa do discurso. Em última análise, tanto a ADC quanto o pensamento crítico de Marcuse (2015) buscam promover uma mudança social e política que transforme as estruturas de poder existentes e criar um mundo mais justo e igualitário.

3.1 Alguns apontamentos teóricos e metodológicos da Análise de Discurso Crítica (ADC)

Partindo do pensamento de Fairclough (2019), que defende a Dialética-Relacional, percebe-se que o discurso tem o poder de construir e constituir a nossa visão de mundo, influenciando como agimos sobre outras pessoas. Assim, é fundamental equilibrar a abordagem linguística com a abordagem social, considerando haver uma relação dialética entre linguagem e sociedade, em que ambas se influenciam mutuamente de maneira infinita.

Para analisar a instrumentalização das *fake news* por parte de Bolsonaro sobre a COVID-19 a partir de checagens da *Lupa* em contexto de pós-verdade, a abordagem metodológica da ADC pode ser útil. Como mencionado anteriormente, a ADC entende que a relação entre a sociedade e o discurso é dialética, ou seja, que os discursos são construídos em relação aos processos sociais e têm efeitos sobre eles. A pesquisa começa

com a coleta e análise das *fake news* de Bolsonaro sobre a COVID-19 no ano inicial da pandemia, identificando as principais narrativas e estratégias discursivas usadas para desinformar e manipular a opinião pública.

Fairclough (2012) destaca que a ADC está fundamentada em uma visão de semiose como uma parte irreduzível dos processos sociais materiais, ou seja, que todos os aspectos da vida social envolvem a construção de sentidos por meio de formas semióticas, como a linguagem verbal e não verbal, imagens, gestos, entre outras. Dessa forma, as possibilidades metodológicas para o desenvolvimento de pesquisas em ADC envolvem a análise de discursos em contextos sociais específicos, considerando as práticas sociais e a construção de sentidos em diferentes formas semióticas. Isso implica em uma análise cuidadosa dos discursos em relação ao seu contexto social e histórico, bem como em relação às ideologias e relações de poder que são reproduzidas e contestadas através desses discursos.

A ADC tem como premissa básica romper com as relações assimétricas de poder que são construídas e renovadas através dos discursos. Esses discursos, uma vez internalizados pelos sujeitos através da ideologia, podem se tornar parte do imaginário social de uma sociedade, consolidando uma hegemonia (Van Dijk, 2019). Por isso, é importante direcionar a atenção para o que é invisível em um discurso, o que não é explicitamente dito, mas que está implícito na sua estruturação. Um exemplo disso é a prática de Bolsonaro de renovar constantemente sua articulação política e ideológica por meio da disseminação de informações falsas, garantindo a manutenção do *status quo* das relações de poder.

Esta vertente da ACD está baseada em uma visão de semiose como a parte irreduzível dos processos sociais materiais. A semiose inclui todas as formas de construção de sentidos –

imagens, linguagem corporal e a própria língua. Vemos a vida social como uma rede interconectada de práticas sociais de diversos tipos (econômicas, políticas, culturais, entre outras), todas com um elemento semiótico (Fairclough, 2012, p. 308).

Van Dijk (2017) destaca ainda a importância da ADC, que busca desvelar as estruturas de poder e as relações de dominação presentes nas interações comunicativas. Segundo o autor, o discurso não é neutro e pode ser utilizado como uma forma de reproduzir e reforçar desigualdades sociais, culturais e políticas. Dessa forma, a ADC visa identificar e contestar essas estruturas de poder presentes no discurso.

Para Van Dijk (2017), a ADC deve levar em conta não apenas os aspectos formais e contedísticos do discurso, mas também o contexto social e histórico em que ele é produzido e interpretado. O autor argumenta que a análise crítica do discurso é fundamental para a construção de uma sociedade mais justa e democrática, uma vez que permite desvelar e contestar as formas de opressão presentes nas interações comunicativas.

Ao abordar a ADC, é importante ter em mente que essa abordagem não se limita apenas a aspectos linguísticos ou semióticos. Os estudos que utilizam a ADC devem estimular o pensamento crítico em relação à realidade analisada, buscando criar um ímpeto crítico. Seu foco é tornar visíveis as conexões ocultas que colaboram para manter o *status quo*, mesmo que essas conexões não estejam explicitamente presentes no texto analisado, “uma vez que as estruturas hegemônicas e seus discursos estabilizam as convenções sociais e as convertem em algo natural, fazendo com que as mais variadas práticas ideológicas sejam, muitas vezes, tidas como inquestionáveis” (Batista Jr.; Sato; Melo, 2018, p. 31).

A ADC também defende que os analistas críticos adotem em suas pesquisas uma posição política, uma vez “[...] que a neutralidade diante

das estruturas sociais, numa pesquisa, torna o pesquisador cúmplice de tais estruturas. Por isso, em todas as suas versões, a ADC recusa o mito da isenção científica [...]” (Batista Jr.; Sato; Melo, 2018, p. 32). Deste modo, a presente dissertação recusa a posição de neutralidade.

Silva, Trindade e Freitas (2020, p. 66) compreendem a ADC como teórico-metodológica e

operacionaliza um conjunto de estudos científicos em uma abordagem cada vez mais interdisciplinar e transdisciplinar para análises críticas da linguagem na modernidade tardia, a favor de um olhar sociodiscursivo por meio da gramática funcionalista. Tendo o contexto como elemento crucial das análises, a ADC tem objetivo em analisar, criticamente, como as assimetrias de poder são constituídas, legitimadas e transformadas através do discurso, e como tais manifestações colaboram nas discriminações, opressões e no controle dos indivíduos em posições de desvantagem na realidade social, contribuindo, assim, para uma mudança social.

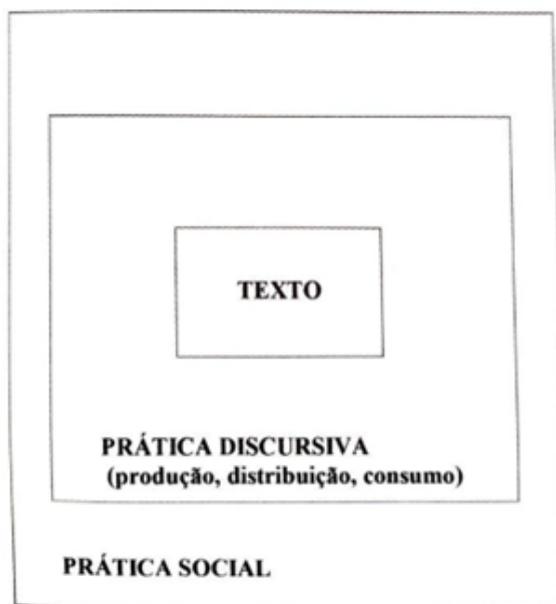
O objetivo da ADC é contribuir para a mudança social por meio da construção de uma educação linguística crítica, que estimule o processo emancipatório dos indivíduos. Dessa forma, é possível conscientizá-los sobre os discursos ideológicos aos quais estão imersos, muitas vezes sem perceber que estão sendo guiados por instrumentos ideológicos construídos pela sociedade.

Diferentemente de outras abordagens em análise de discurso, a ADC se preocupa em desvelar os mecanismos pelos quais as práticas discursivas contribuem para a reprodução ou transformação das estruturas de poder existentes. A ADC parte da premissa de que o discurso não é apenas um reflexo da realidade, mas que também contribui ativamente para a construção da realidade social. Ao analisar as práticas discursivas em

contextos específicos, a ADC busca identificar os mecanismos pelos quais o discurso é utilizado para reproduzir ou transformar as relações de poder existentes.

No presente livro, utiliza-se a "Teoria Social do Discurso" de Fairclough (2019) como uma das perspectivas metodológicas da ADC. O seu funcionamento metodológico é ilustrado na Figura 7.

Figura 7. Concepção Tridimensional do Discurso.



Fonte: Fairclough (2019, p. 105)

Na prática social, encontram-se diversas dimensões, como a econômica, cultural, política e social, que se entrelaçam nos discursos, sendo influenciadas pelas noções de ideologia e hegemonia. Através desses aspectos ideológicos, os discursos podem universalizar narrativas

particulares e, assim, exercer poder hegemônico. É nesse contexto que ocorrem as construções explicativas.

Na prática discursiva, encontramos a produção, distribuição e consumo dos textos, que funcionam em conjunto com as práticas sociais, estando intrinsecamente ligadas. Nela, nos deparamos com a intertextualidade, coerência e interdiscursividade, possibilitando a interpretação dos discursos. Na última dimensão, analisamos a estruturação e organização dos componentes textuais, tais como o léxico, a gramática, a coesão, a estrutura, o ethos, a polidez, a modalidade e a significação das palavras.

Ressalta-se que as dez *fake news* analisadas foram checadas e etiquetadas pela *Lupa* como falsas em seu *site*, como mostra a Tabela 3.

Tabela 3. As *fake news* de Bolsonaro usadas nas análises a partir das checagem da *Lupa*.

ENUNCIADOS DE BOLSONARO	DATA	ETIQUETA
“Estamos vivendo um finalzinho de pandemia”	10/12/2020	FALSO
“E essa máscara é pouco eficaz”	27/11/2020	FALSO
“[a hidroxiquina] não tem efeito colateral”	16/11/2020	FALSO
“O pessoal da mídia, a grande mídia, falando que eu chamei de ‘gripezinha’ a questão do COVID. Não existe um vídeo ou um áudio meu falando dessa forma”	26/11/2020	FALSO
“Se você pegar o número e mortes de janeiro a setembro do ano passado e janeiro a setembro desse ano [...], se bobear tá parecido”	11/10/2020	FALSO

“Após pedirem desculpas pela Hidroxicloroquina, agora a OMS conclui que pacientes assintomáticos (a grande maioria) não têm potencial de infectar outras pessoas”	08/07/2020	FALSO
“40 dias depois, parece que está começando a ir embora a questão do vírus [da Covid-19]”	12/04/2020	FALSO
“Cada vez mais o uso da Cloroquina se apresenta como algo eficaz”	08/04/2020	FALSO
“A grande mídia falando que eu chamei de gripezinha a questão do covid. Não existe um vídeo ou um áudio meu falando dessa forma”	26/11/2020	FALSO
“ 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”	15/03/2020	FALSO

Tabela elaborada pelo autor

Para o desenvolvimento das análises, serão utilizadas diversas categorias analíticas fornecidas pelo arcabouço metodológico da ADC, a fim de aprofundar a compreensão dos discursos políticos analisados. Dentre elas, destacam-se: o discurso em si, considerando sua estrutura e organização; a intertextualidade, que se refere às relações entre diferentes textos e como elas influenciam a interpretação dos discursos; o interdiscurso, que diz respeito às relações entre diferentes discursos e como eles constroem significados em conjunto; a avaliação, que se relaciona às

opiniões e julgamentos expressos pelos falantes; a modalidade, que envolve o grau de certeza ou possibilidade expresso pelos falantes; a ideologia, que se refere às crenças e valores subjacentes aos discursos; e a hegemonia, que se relaciona ao poder e à dominação exercidos por meio dos discursos.

3.1.1 Discurso

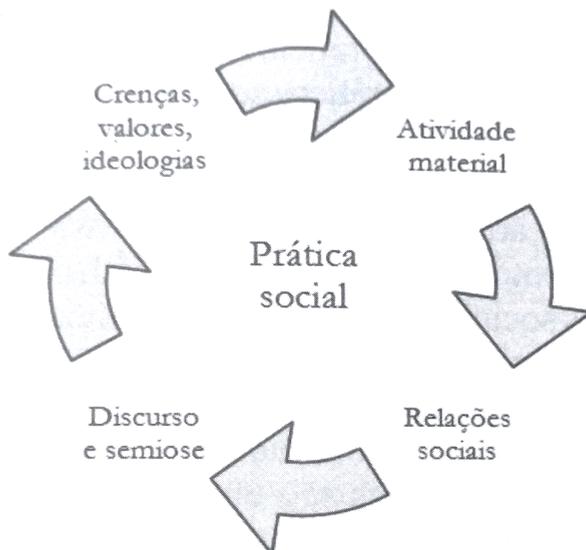
A ADC é uma abordagem inserida na linguística e na ciência crítica, tendo como objeto central de suas discussões o discurso e a prática social. De acordo com Fairclough (2019, p. 98), o discurso é uma prática social e política, ou seja, “modo de prática política e ideológica”. Portanto, compreende-se que existe uma relação dialética entre a prática discursiva e a sociedade, em que o discurso é construído e constitutivo socialmente.

Nesse sentido, a análise da ADC não se limita ao discurso como um objeto isolado, mas o compreende como um momento das práticas sociais, possibilitando uma visão mais ampla e crítica sobre as relações de poder presentes nas diversas esferas da sociedade. Ademais, Fairclough (2019) adota uma perspectiva dialética acerca do discurso, contribuindo para uma compreensão mais profunda e reflexiva sobre as interações discursivas na sociedade.

Resende (2019) compartilha da visão de que o discurso é uma prática social, conforme ilustrado na Figura 8. Essa perspectiva enfatiza a importância da análise crítica do discurso, que tem em vista identificar e compreender as relações de poder presentes nas práticas discursivas e em suas conexões com as práticas sociais mais amplas. Essa abordagem

permite, portanto, uma compreensão mais profunda e crítica dos discursos e das práticas sociais que os envolvem.

Figura 8. Momentos da prática social



Fonte: Resende (2009, p. 31)

O discurso é uma parte intrínseca do tecido social e é visto como "um modo de ação historicamente situado" (Resende; Ramalho, 2019, p. 26). É importante ressaltar que o discurso está sempre ligado a uma prática social específica, uma vez que é construído e articulado em cada momento da prática.

Os discursos negacionistas do Bolsonaro sobre a COVID-19 exemplificam bem a relação entre discurso e prática social na perspectiva da ADC. Desde o início da pandemia, o ex-presidente minimizou a gravidade da doença, chegando a classificá-la como uma "gripezinha" e

contrariando as orientações da OMS e dos próprios especialistas em saúde do país.

Esses discursos têm um impacto direto na prática social, influenciando a postura e as ações de seus apoiadores e de grande parte da população. A recusa em adotar medidas de distanciamento social, uso de máscaras e a promoção de tratamentos sem eficácia comprovada, como a cloroquina, podem ser diretamente associados às falas de Bolsonaro.

Além disso, a adoção dessas posturas negacionistas se relaciona com a ideologia e a hegemonia presentes na sociedade brasileira. A defesa de uma suposta liberdade individual acima da preocupação com a saúde pública se alinha com discursos conservadores e liberais que prezam pela redução do Estado e pela valorização do indivíduo em detrimento do coletivo.

Assim, a análise dos discursos de Bolsonaro sobre a COVID-19 sob a perspectiva da ADC permite compreender a relação entre discurso e prática social, evidenciando como a construção discursiva pode ter um impacto direto na realidade em que vivemos, tanto no âmbito individual quanto coletivo.

A análise dos discursos negacionistas de Bolsonaro sobre a COVID-19 requer uma abordagem crítica e reflexiva, utilizando-se de ferramentas metodológicas como a ADC. É preciso desvendar as estratégias discursivas utilizadas por Bolsonaro para negar a gravidade da pandemia e suas consequências, e como esses discursos estão vinculados a interesses políticos e ideológicos. Além disso, é necessário analisar as repercussões desses discursos na sociedade, especialmente na disseminação de informações falsas e na resistência às medidas de saúde pública.

O discurso é visto como um dispositivo de poder, pois na sua construção é inculcada de ideologia, crenças, desejos, etc. Deve-se ter em mente que todo discurso é ideológico. A produção de um discurso tem como finalidade atender um determinado interesse, sendo deste modo, inexistente de neutralidade.

[...] Mesmo quando nossa prática pode ser interpretada como de resistência, contribuindo para a mudança ideológica, não estamos necessariamente conscientes dos detalhes de sua significação ideológica. Essa é uma razão para defender uma modalidade de educação linguística que enfatize a consciência crítica dos processos ideológicos no discurso, para que as pessoas possam torna-se mais conscientes de sua própria prática e mais críticas dos discursos investidos ideologicamente a que são submetidas (Fairclough, 2019, p. 125).

O discurso, então, é um mecanismo que auxilia na construção ou representação de uma determinada realidade, ou de um indivíduo, a partir de um ponto de vista ideológico, uma vez que as marcas ideológicas se fazem presentes em qualquer formação discursiva.

Uma vez que as declarações falsas e negacionistas de Bolsonaro sobre a pandemia da COVID-19 procuram construir uma determinada realidade a partir de seu ponto de vista ideológico. Essas declarações muitas vezes contêm marcas ideológicas que buscam reforçar sua posição política e a de seus aliados, independentemente da veracidade dos fatos. Essas práticas discursivas contribuem para a propagação de informações falsas e prejudicam ações de combate à pandemia, o que pode ter levado muitas pessoas a adiar ou evitar a busca por tratamentos eficazes e aumentado ainda mais o número de mortes. A análise crítica desses discursos e a desmistificação das *fake news* são fundamentais para o enfrentamento dessa situação.

De acordo com um estudo divulgado na revista *Lancet* para as Américas, os municípios brasileiros que elegeram Bolsonaro em 2018 tiveram mais mortes relacionadas à COVID-19 em 2021 do que aqueles que elegeram o candidato Fernando Haddad na mesma eleição. O estudo foi realizado por pesquisadores da Universidade de Brasília (UnB), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da Fiocruz.

O estudo conduzido por pesquisadores da Universidade de Brasília, Universidade Federal do Rio de Janeiro e Fiocruz, revelou que os municípios brasileiros que apoiaram mais a política de Bolsonaro apresentaram um risco de morte 44% maior do que aqueles que não o apoiaram. A taxa de mortalidade nos municípios bolsonaristas do Sul e Sudeste foi muito superior à do Nordeste. O estudo foi baseado em dados de 5.570 cidades do país e as cidades comparadas tinham estruturas sanitárias similares para evitar variáveis externas.

Um caso interessante observado no estudo é o do município de Chapecó, localizado em Santa Catarina. No início da pandemia, em 2020, o município apresentou uma taxa de óbitos abaixo da média nacional. Porém, em 2021, após a posse do prefeito João Rodrigues, aliado de Bolsonaro e defensor do tratamento precoce, a taxa de mortes acumuladas aumentou drasticamente, atingindo 75% e se tornando a mais alta do país.

A relação entre esses dados e os discursos negacionistas de Bolsonaro se dá pelo fato de que o ex-presidente da República minimizou a gravidade da pandemia, questionando a eficácia das medidas de prevenção e incentivando o uso de medicamentos sem comprovação científica. Essas atitudes foram criticadas por especialistas e pela oposição política, que apontam a responsabilidade do Governo de Bolsonaro na condução da crise sanitária e no agravamento do quadro de mortes e casos no país.

Além disso, é importante lembrar que o discurso negacionista de Bolsonaro sobre a COVID-19 também está relacionado à sua ideologia política e ao seu projeto de poder. Ao minimizar a gravidade da pandemia, questionar a eficácia das medidas de prevenção e promover medicamentos sem comprovação científica, Bolsonaro visou construir uma narrativa que o coloque como líder forte e que desacredite seus opositores, especialmente aqueles que defendem medidas mais restritivas para combater a pandemia.

Os números de mortos pela COVID-19 no Brasil foram alarmantes e é inegável que os discursos negacionistas do ex-presidente contribuíram para agravar a situação. Desde o início da pandemia, Bolsonaro minimizou a gravidade do vírus, desencorajou o uso de máscaras e promoveu medicamentos sem eficácia comprovada como tratamento precoce. Além disso, o ex-presidente também criticou medidas de isolamento social adotadas por governadores e prefeitos. Bolsonaro chegou a dizer que “Não precisa dessa gana toda para conter a expansão [do *Coronavírus*]. Conter por um tempo, porque o vírus vai atingir pelo menos 70% da população. Essa maneira radical de proporcionar *lockdown*.” E acrescentou: “*Lockdown*. Não dá certo, e não deu certo em lugar algum do mundo.”

Todos esses discursos geraram confusão e desinformação na população, contribuindo para o aumento de casos e mortes. É preciso lembrar que cada número de mortos representa uma vida perdida e que essas mortes poderiam ter sido evitadas se medidas eficazes tivessem sido adotadas desde o início da pandemia.

Dessa forma, pode-se observar como o discurso de Bolsonaro sobre a COVID-19 tem uma dimensão ideológica e política, que se manifestou em suas ações e políticas públicas. Essa abordagem negacionista tem consequências graves, como o aumento do número de casos e mortes pela

doença, bem como a descredibilização de medidas eficazes para controlar a disseminação do vírus. Por isso, é fundamental compreender a relação entre discurso, ideologia e práticas políticas para entender as implicações das *fake news* e dos discursos negacionistas na sociedade.

O conteúdo do relatório final da CPI da pandemia concluiu que Bolsonaro é "líder e porta-voz" das *fake news* no país. Essa conclusão se baseia nas declarações e posturas do ex-presidente em relação à pandemia de COVID-19, incluindo a disseminação de informações falsas e o incentivo ao uso de medicamentos sem eficácia comprovada.

Figura 9. *Lupa* classificando discurso de Bolsonaro como falso



Fonte: Lupa (2020)

Nesse sentido, é possível observar que Bolsonaro recorreu às suas *fake news* por meio de instâncias discursivas, com o intuito de mascarar a realidade acerca da pandemia da COVID-19 em 2020. Um exemplo disso é a declaração dada em 12 de abril de 2020, quando durante uma

videoconferência com líderes religiosos em comemoração à Páscoa, Bolsonaro afirmou que "40 dias depois, parece que está começando a ir embora a questão do vírus [da COVID-19]" (Figura 9). Com essa fala, o ex-presidente usa uma construção discursiva para representar uma realidade que não corresponde ao fato, visando atender seus interesses ideológicos e políticos, e também minimizar a gravidade da doença.

No texto da Figura 9, foi destacado como Bolsonaro utiliza a sua retórica e a construção discursiva para camuflar a realidade acerca da pandemia de COVID-19 em 2020. Essa estratégia é amplamente utilizada por líderes políticos que visam atender a seus interesses ideológicos e políticos, além de minimizar a gravidade da doença.

No caso citado, Bolsonaro afirma que a questão do vírus está começando a ir embora, o que não correspondia com a realidade, já que a curva de casos e mortes no Brasil continuava a subir na época. Com essa declaração, o ex-presidente tentava minimizar a gravidade da situação e tranquilizar a população, mas isso pode ter tido um efeito contrário, desencorajando medidas preventivas e aumentando o risco de contágio.

O uso das *fake news* e da manipulação discursiva era uma estratégia recorrente do governo Bolsonaro no enfrentamento da pandemia de COVID-19. Desde o início da crise sanitária, o ex-presidente minimizou a gravidade da doença e defendeu medidas ineficazes, como o uso da hidroxicloroquina e a reabertura precoce do comércio. Além disso, Bolsonaro se recusou a adotar medidas de distanciamento social e a usar máscaras em público, contribuindo para disseminar a ideia de que a doença não é tão perigosa quanto se pensa. Isso levou muitos de seus seguidores a ignorar as recomendações de saúde e a se expor ao risco de contágio.

Todo esse contexto contribuiu para que o Brasil se tornasse um dos países mais afetados pela pandemia de COVID-19, com mais de 15

milhões de casos e mais de 400 mil mortes registradas. É preciso, portanto, combater a desinformação e as *fake news* disseminadas.

No momento da enunciação da Figura 9, o Ministério da Saúde informava em um boletim epidemiológico que os casos de infectados no Brasil vinham apresentando uma “aceleração” na semana entre 5 a 10 de abril de 2020. Em 12 de abril, após a *fake news* de Bolsonaro, o país registrou 22.318 casos do novo *coronavírus* e 1.230 mortes. Ou seja, esses dados provam que a enunciação de Bolsonaro não condizia com tal realidade pandêmica. O documentário “Eles poderiam estar vivos”, dos cineastas Lucas e Gabriel Mesquita, traz entrevistas para ilustrar esse retrato duro da gestão necropolítica realizada por Bolsonaro.

Ao criar o seu método, Fairclough (2019) refuta a ideia da gramática formalista, de Saussure (2006), que enxergava que a estrutura interna da língua não era influenciada por fatores externos. A gramática funcionalista analisa a linguagem pela própria estrutura, e em não enxergar a fala como individual. Ao contrário disso, Fairclough (2019) considera que o discurso, apesar de ser construído socialmente, sofre alterações a partir de domínios sociais, bem como as posições sociais que os respectivos sujeitos ocupam na estrutura social.

O discurso é visto por Fairclough (2019, p. 94) como “um modo de ação” na medida que é por meio do teor discursivo que as pessoas podem “agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação”, podendo ser utilizado para manipular a realidade em função de interesses ideológicos e políticos, como nas *fake news* de Bolsonaro sobre a COVID-19.

Bolsonaro utiliza-se do discurso como um modo de ação para influenciar as pessoas e atingir seus interesses políticos e ideológicos. Contudo, seu modo de ação tem se baseado em *fake news* que servem

apenas para semear dúvidas acerca de diversos temas, incluindo a política, a economia e, sobretudo, o *coronavírus*. Com essa tática, Bolsonaro potencializou questionamentos e incertezas acerca das medidas sanitárias recomendadas pela ONU e outras instituições científicas. Através de suas *fake news*, incentivou seus eleitores a rejeitarem medidas como o uso da máscara, por exemplo.

Uma pesquisa do *Genial/Quaest* mostrou que 31% dos eleitores de Bolsonaro queriam o fim do uso da máscara em todos os lugares. Essa postura negligente diante da pandemia e das medidas de prevenção por parte do ex-presidente e seus apoiadores têm sido apontadas como um dos principais motivos para o agravamento da crise sanitária no Brasil.

Segundo Bakhtin (2011), o discurso é vazado de sentidos ideológicos, assim, o aspecto neutro do signo é inexistente à medida que é atravessado pelo contexto de um enunciado concreto. O discurso, nesse sentido, não é apenas uma representação da realidade, mas também uma forma de construí-la e transformá-la. Por meio de sua fala, Bolsonaro utilizou uma construção discursiva que minimizou a gravidade da pandemia e, conseqüentemente, pode levar as pessoas a ignorar os riscos da doença e adotar comportamentos que aumentem sua disseminação.

Assim, é possível entender que o discurso, ao mesmo tempo, em que é uma forma de representação, também pode ser uma forma de ação e transformação da realidade. E é por isso que a disseminação de *fake news* por meio do discurso político pode ter um impacto tão significativo na sociedade, como tem sido o caso da pandemia da COVID-19.

Em sua filosofia marxista da linguagem, Bakhtin (2014) propõe que a linguagem tem um aspecto social, histórico, portanto, não há uma separação da relação do indivíduo com a fala. Dessa maneira, o discurso é

visto como um elemento ideológico. Para Bakhtin (2014, p. 32), “a palavra é o fenômeno ideológico por natureza”.

Bakhtin (2014) define que os sujeitos são refletidos no signo e também se refratam na cadeia ideológica. Conforme o autor, os confrontos de interesses da luta de classes são disputados por meio do signo. Em outras palavras, “o signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes” (Bakhtin, 2014, p. 47).

O discurso é como se fosse um sangue que permeia todos os setores de um corpo humano, assim como na sociedade. Como define Foucault (2014c), o discurso contribui para a formulação em todos os níveis dos espaços sociais ou relações sociais, o moldando e o restringindo. O discurso é socialmente construído. E dessa forma, influenciando ações sociais, e, de tal modo, elaborando representações de mundo e de atores sociais nas instâncias discursivas.

O discurso é fundamental na constituição dos sujeitos e na maneira como estes são moldados. Nesse sentido, é possível observar que as *fake news* propagadas por Bolsonaro têm um papel significativo na construção de sua imagem e também na daqueles que o cercam, incluindo sua família, aliados e eleitores. As narrativas falsas disseminadas por ele contribuem para a criação de um ambiente de desinformação e manipulação da opinião pública, o que pode ter graves consequências para a sociedade.

Fairclough (2019) destaca a importância dos estudos de Foucault sobre a Análise de Discurso (AD), e enxerga a AD foucaultiana como abstrata. Por isso, o britânico formulou uma Análise de Discurso Textualmente Orientada (ADTO), o seu próprio método, para poder colocar os ensinamentos de Foucault “em prática”, por conseguinte, operacionalizá-los em sua metodologia.

Em primeiro lugar, Foucault estava preocupado, em algumas fases de seu trabalho, com um tipo de discurso bastante específico — o discurso das ciências humanas, como a medicina, a psiquiatria, a economia e a gramática. A ADTO, por outro lado, está preocupada, em princípio, com qualquer tipo de discurso — conversação, discurso de sala de aula, discurso da mídia, e assim por diante. Em segundo lugar, [...] enquanto a análise de textos de linguagem falada ou escrita é a parte central da ADTO, ela não é uma parte da análise de discurso de Foucault. Seu foco é sobre as ‘condições de possibilidade’ do discurso [...], sobre as ‘regras de formação’, que definem possíveis ‘objetos’, ‘modalidades enunciativas’, ‘sujeitos’, ‘conceitos’, ‘estratégias’ de um tipo particular de discurso [...]. A ênfase de Foucault é sobre os domínios de conhecimento que são constituídos por tais regras (Fairclough, 2019, p. 64–65).

Fairclough (2019) ressalta sobre as contribuições da fase arqueológica dos estudos foucaultianos para a Análise do Discurso de Tradição Francesa (ADTF). Essas contribuições são a constituição e transformação constantes do discurso, limitados por regras e restrições, e a interdependência das práticas discursivas no tecido social, implicando a recorrência de um discurso para outros discursos, ou seja, a interdiscursividade. Essas ideias de Fairclough (2019) são importantes para a compreensão do papel do discurso na construção social, e como as práticas discursivas influenciam sendo influenciadas pelas práticas sociais mais amplas.

Nessa perspectiva, compreende-se que as práticas discursivas estão em constante articulação com outras práticas e relações sociais. Essas interações fazem com que o discurso seja uma prática social ativa e não passiva em relação à sociedade. Portanto, o discurso não age isoladamente, mas sim em conjunto com outras práticas, tendo uma influência significativa na forma como a sociedade se organiza e se desenvolve.

Assim, é importante compreender a interdependência dos discursos na construção do sentido, das práticas sociais e das relações de poder presentes na sociedade.

Fairclough (2019, p. 72) ressalta que a “insistência de Foucault sobre o sujeito como um efeito das formações discursivas tem um sabor pesadamente estruturalista, que exclui a agência social ativa de qualquer sentido significativo”. Diante disso, é importante destacar que Fairclough (2019) realiza uma crítica à abordagem foucaultiana que enfatiza a importância das formações discursivas na construção do sujeito. Segundo o autor, essa abordagem pode ser considerada pesadamente estruturalista e excluir a agência social ativa. Isso porque, ao destacar a constituição do sujeito pelas formações discursivas, Foucault pode acabar negligenciando a capacidade dos indivíduos de resistir ou modificar essas formações discursivas. Assim, é fundamental reconhecer que os sujeitos possuem poder e agência para atuar no tecido social e não são meros produtos passivos das formações discursivas.

Recorrendo aos pensamentos de Foucault (2014b), Fairclough (2019) destaca que o sujeito não existe fora do discurso e que não há uma origem única para o enunciado. Nessa perspectiva, os sujeitos são posicionados em relação às práticas discursivas e às relações sociais em que estão inseridos. Ou seja, as práticas discursivas moldam as identidades e os posicionamentos dos sujeitos, mas isso não significa que eles sejam passivos em relação a essas formações discursivas.

Na fase genealógica de Foucault (2014a), é apresentada a relação entre discurso e poder, mostrando o caráter político deste último. O autor visa destacar o caráter ideológico da linguagem como um produto social e político que serve à defesa do poder como domínio. É observado que um dos meios para se alcançar o poder se dá pelas práticas discursivas. No

entanto, Fairclough (2019) aponta a ausência de formulação sobre a potencialidade do discurso para a mudança nas lutas sociais. Assim, ele argumenta que o discurso pode ser um caminho para a mudança social.

Fairclough (2019) aponta para algumas inconsistências ou negligências nos estudos foucaultianos, em particular no que se refere à compreensão de que o sujeito dominado consegue contestar as práticas sociais e discursivas dominantes por meio de lutas hegemônicas. Fairclough (2019, p. 86) afirma que “As fraquezas relevantes no trabalho de Foucault têm a ver com as concepções de poder e resistência, e com questões de luta e mudança”.

A partir dos estudos de Fairclough (2019), é possível identificar uma crítica à falta de classificação das práticas discursivas nos estudos foucaultianos, acarretando ausência de uma análise textual mais aprofundada. Para o autor, o discurso é uma forma de ação, e a relação entre linguagem e ação é circular, sendo que as estruturas discursivas são constantemente renovadas, mantidas ou transformadas a cada utilização.

Considerando os debates acerca do discurso, é fundamental mencionar três conceitos subjacentes, elaborados por Foucault (2014a): ordem do discurso, formação discursiva e processo discursivo. A ordem do discurso relaciona-se com a estruturação e articulação das práticas discursivas em uma dada sociedade. Já a formação discursiva, sugere que existem regras e limitações que determinam o que pode ou não ser dito em uma determinada época e contexto social, em outras palavras, é a maneira como a linguagem é organizada e produz significados. Por fim, o processo discursivo diz respeito às formações ideológicas presentes em processos históricos específicos, nos quais diversos textos emergem e sucedem-se, criando diferentes relações de poder.

Fairclough (2019) aponta três efeitos construtivos do discurso: a construção de identidades sociais e configurar posições dos sujeitos; a construção das relações entre os sujeitos; e a construção de um sistema de conhecimento de crenças. Tais efeitos correspondem às três funções da linguagem: identitária, relacional e ideacional, como explica Fairclough (2019, p. 96):

A função identitária relaciona-se aos modos pelos quais as identidades sociais são estabelecidas no discurso; a função relacional a como as relações sociais entre os participantes do discurso são representadas e negociadas; a função ideacional aos modos pelos quais os textos significam o mundo e seus processos, entidades e relações.

É importante ressaltar que essas funções da linguagem são construídas através das práticas sociais, que, segundo Fairclough (2019), podem ser efetivadas de maneira convencional ou criativa, contribuindo tanto para a manutenção quanto para a transformação do *status quo* da estrutura social.

Entre as suas preocupações, Fairclough (2019) enfatiza para o modo político e ideológico do discurso, que, segundo ele, o discurso como prática política relaciona-se os modos pelos quais as relações de poder são mantidas, reproduzidas ou transformadas por meio da instância discursiva; e o discurso como prática ideológica “constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados do mundo de posições diversas nas relações de poder” (Fairclough, 2019, p. 98).

É importante ressaltar a noção de contexto ao se estudar o discurso. Isso implica prestar atenção ao contexto situacional e verbal em que os discursos são constituídos e construídos, ao ser a partir desses contextos que eles são determinados. Para Fairclough (2019, p. 75), “[...] a forma

como o contexto afeta o que é dito ou escrito, e como isso é interpretado, varia de uma formação discursiva para outra”.

Compreende-se que os discursos variam conforme os domínios sociais em que são gerados, conforme as ordens do discurso às quais se filiam. Portanto, as práticas discursivas são consideradas os processos de produção e consumo dos textos.

Ao definirmos discurso como eventos comunicativos, também precisamos considerar, por exemplo, os domínios sociais gerais em que são usados (político, jornalístico, educacional); as ações sociais globais por eles realizadas (legislação, educação); as ações locais que produzem; o cenário atual de tempo, lugar e circunstâncias; os participantes envolvidos, assim como seus muitos papéis sociais e comunicativos e o pertencimento a grupos (étnicos, por exemplo); e, não menos importantes, as crenças e objetivos desses participantes (Van Dijk, 2018, p. 140).

Diante disso, é importante destacar que o contexto social exerce um papel fundamental nas análises críticas discursivas, uma vez que o discurso não é gerado fora do contexto, mas é resultado da interação dialética entre a linguagem e a sociedade. É fundamental compreender que o discurso não é autônomo, mas sim uma interação situada (Silva; Freitas; Trindade, 2020). Ademais, é possível afirmar que os discursos são consumidos de formas diversas em diferentes contextos. Além disso, é preciso considerar que os discursos são constituídos por diversas vozes, dialogando com outros discursos, resultando no debate acerca da intertextualidade e interdiscursividade.

Van Dijk (2017) argumenta que o discurso é um fenômeno social e cognitivo, sendo inseparável do contexto em que é produzido e interpretado. O autor diz que o contexto exerce uma influência

significativa na forma como o discurso é construído e interpretado, afetando tanto o conteúdo quanto a forma das mensagens.

Van Dijk (2017) enfatiza a importância da análise do contexto para uma compreensão adequada do discurso. Segundo ele, o contexto inclui não apenas o ambiente físico em que a interação ocorre, mas também os aspectos sociais, culturais e psicológicos que influenciam como as pessoas produzem e interpretam o discurso. Van Dijk (2017) argumenta ainda que a análise do discurso não pode ser vista de forma isolada, mas deve levar em conta o contexto mais amplo em que as interações comunicativas ocorrem.

Van Dijk (2017) também defende que o contexto é fundamental para uma compreensão mais profunda do significado do discurso e da forma como ele é utilizado para criar e manter relações sociais, moldar as percepções do mundo e influenciar a ação.

No contexto de pandemia, a relação entre discurso e contexto social torna-se ainda mais evidente. O surgimento do vírus e sua disseminação ao nível global gerou uma série de mudanças significativas na dinâmica social e na forma como as pessoas se comunicam. Nesse sentido, o contexto social exerce um papel fundamental nas análises críticas discursivas relacionadas à pandemia, pois o discurso é fortemente influenciado pelas transformações sociais e culturais em curso.

Por exemplo, as mensagens de conscientização e prevenção relacionadas à pandemia, produzidas por governos e instituições de saúde, são moldadas pelo contexto de incerteza e medo que permeia a sociedade. As informações são comunicadas para tranquilizar a população e fornecer orientações claras e objetivas sobre medidas preventivas. No entanto, o sucesso dessas mensagens depende não apenas da sua clareza e objetividade, mas também da sua capacidade de se adaptar ao contexto social e cultural em que são recebidas.

As *fake news* disseminadas pelo ex-presidente Bolsonaro sobre a COVID-19 são um exemplo de como o discurso político pode ser usado para perpetuar relações de poder e influenciar a opinião pública. Através da sua fala, Bolsonaro construiu uma identidade social como negacionista da gravidade da pandemia e configura posições dos sujeitos que o apoiam e o seguem. Além disso, ele usa o discurso para construir relações entre esses sujeitos e seus oponentes, aqueles que defendem medidas de isolamento social e vacinação em massa. Essa construção de identidades e relações, aliada à sua posição de autoridade, permite a Bolsonaro influenciar o sistema de conhecimento e crenças da população, criando uma narrativa que nega a ciência e a necessidade de medidas sanitárias, o que pode ter consequências graves para a saúde pública. A ADC permite desvelar os interesses políticos e ideológicos por trás dessas falas e expor sua falta de fundamento científico.

Conforme afirmado por Foucault (2014, p. 10), “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar”. A partir dessa linha de raciocínio, é compreensível que as *fake news* sejam utilizadas como práticas discursivas e sociais visando à materialização de ideologias. O ex-presidente Bolsonaro, por exemplo, se utilizou de discursos duvidosos sobre a COVID-19 para disseminar sua corrente ideológica, bem como uma perspectiva anticência, negacionista e de extrema-direita. É importante ressaltar que o contexto social e político no qual essas práticas discursivas são produzidas e consumidas tem um papel fundamental na compreensão das lutas pelo poder e dos sistemas de dominação presentes nas *fake news*.

Van Dijk (2018) ressalta a importância de considerar não apenas o discurso em si, mas também os contextos sociais em que ele é produzido e

as ações sociais que ele visa influenciar. No caso de Bolsonaro, suas práticas discursivas estão ancoradas no domínio político, uma vez que ele é um líder político e suas falas visam influenciar a opinião pública e consolidar sua base de apoio político.

Além disso, suas ações globais estão inseridas na dimensão do poder executivo, já que ele ocupou a presidência do país, portanto, tem poder de decisão sobre políticas públicas, ações governamentais e outras questões que impactam diretamente a sociedade brasileira. Nesse sentido, é importante analisar não apenas o discurso de Bolsonaro, mas também as ações políticas que ele toma em consonância com suas falas e ideologias.

Dessa forma, é possível entender que as práticas discursivas de Bolsonaro, como a disseminação de *fake news* sobre a COVID-19, são utilizadas como estratégia política para consolidar sua base de apoiadores e, conseqüentemente, manter-se no poder. Além disso, suas ações globais no poder executivo podem influenciar a tomada de decisões em relação à saúde pública, colocando em risco a vida de milhares de pessoas.

A realidade da COVID-19 no Brasil foi falseada pelo discurso de Bolsonaro. Conforme explicado por Fairclough (2019), os sujeitos escolhem um determinado discurso para representar uma forma particular da realidade. Dessa forma, ao optar por apresentar uma falsa finalização da COVID-19, Bolsonaro preferiu ocultar os dados reais de novos casos e mortes resultantes da infecção do vírus. Durante a pandemia, Bolsonaro se destacou por não apoiar a imunização contra o coronavírus e por não dar exemplo em relação à adoção de medidas de segurança, diferenciando-se de líderes mundiais que estimularam a população a seguir as recomendações sanitárias.

Na obra *Discurso Político*, Charaudeau (2006) busca compreender a essência do discurso político, destacando que ele está estritamente

relacionado à interação entre linguagem e ação. Conforme o autor, a palavra política está situada entre duas verdades: a verdade da ação, representada por meio de uma palavra de decisão, e a verdade da discussão, expressa por meio de uma palavra de persuasão ou sedução. Essa distinção entre a verdade da ação e da discussão é fundamental para entender a natureza do discurso político. A palavra de decisão é aquela que leva à efetiva transformação da realidade, enquanto a palavra de persuasão ou sedução busca influenciar a opinião e as atitudes das pessoas.

Assim, o discurso político não pode ser compreendido apenas como uma sequência de palavras sem significado, mas sim como uma forma de linguagem diretamente ligada às ações políticas concretas. Ao mesmo tempo, ele tem um papel importante na construção da opinião pública e na mobilização dos cidadãos em torno de determinadas ideias ou causas.

[...] os políticos, nesse mundo moderno da encenação e do espetáculo, se quiserem exercer alguma influência sobre os cidadãos, devem aprender as novas regras de insinceridade e do mentir verdadeiro legítimos, aceitar esse paradoxo moderno segundo o qual se dá uma grande importância ao parecer justamente numa época em que a cidadania é mais esclarecida. (Charaudeau, 2006, p. 305-306).

Charaudeau (2006) aborda a ideia de que, na sociedade contemporânea, a política se tornou uma espécie de espetáculo em que a imagem e a aparência são tão importantes quanto as ações concretas dos políticos. Nesse contexto, para conseguir exercer alguma influência sobre os cidadãos, os políticos precisam aprender a jogar conforme as novas regras da insinceridade e do mentir verdadeiro, ou seja, precisam aprender a utilizar técnicas de comunicação que, embora possam não ser totalmente verdadeiras, são consideradas legítimas.

Certamente, as práticas discursivas de Bolsonaro em relação à COVID-19 geraram um impacto significativo na maneira como a pandemia foi enfrentada no Brasil. Desde o início da crise sanitária, o ex-presidente adotou uma postura negacionista, minimizando a gravidade da doença e incentivando a retomada das atividades econômicas, mesmo diante do aumento do número de casos e mortes.

Essa postura de Bolsonaro pode ser analisada a partir da teoria dos discursos sociais, que defende que os discursos são construídos socialmente e carregam consigo as posições ideológicas e políticas dos sujeitos que os produzem. Segundo essa teoria, o discurso não é apenas um instrumento de comunicação, mas um instrumento de poder que pode ser utilizado para influenciar as crenças e comportamentos dos indivíduos.

Nesse sentido, é possível entender que a postura negacionista de Bolsonaro em relação à COVID-19 foi uma estratégia discursiva para legitimar suas posições políticas e ideológicas. Ao minimizar a gravidade da doença e incentivar a retomada das atividades econômicas, o ex-presidente manteve sua base de apoio política, sendo formada majoritariamente por setores conservadores e empresariais.

Em suma, a análise crítica das práticas discursivas de Bolsonaro em relação à COVID-19 permite compreender como os discursos sociais podem ser utilizados como instrumentos de poder e influência política. A partir desse tipo de análise, é possível identificar as estratégias discursivas utilizadas pelo ex-presidente para legitimar suas posições ideológicas e políticas, bem como os impactos dessas estratégias na maneira como a pandemia foi enfrentada no país.

3.1.2 Intertextualidade e interdiscursividade

É importante ressaltar que nenhum texto é produzido isoladamente, sem ter contato com outros textos. Todos os discursos são construídos a partir da interação com outros textos, o que é chamado de intertextualidade. Essa conexão entre os textos pode ser feita de diferentes maneiras, como citações diretas, paráfrases, alusões, entre outras. Como já dizia Foucault (2014b, p. 98), “não pode haver enunciado que de uma maneira ou de outra não reutilize outros”.

A intertextualidade é uma das características fundamentais do discurso e permite que as ideias sejam construídas e compartilhadas em diferentes contextos e épocas. Além disso, a intertextualidade é um recurso utilizado pelos produtores de discurso para influenciar e persuadir seus ouvintes ou leitores, evocando ideias e emoções associadas aos textos previamente conhecidos.

Portanto, a intertextualidade é uma ferramenta importante para entender o discurso e suas influências, já que os textos são sempre produzidos a partir de outras fontes, sejam elas conscientes ou inconscientes.

Um exemplo de intertextualidade no discurso do Bolsonaro pode ser observado em suas falas sobre a pandemia de COVID-19. Durante a crise sanitária, Bolsonaro usou diversos discursos de outras fontes para construir sua narrativa. Por exemplo, ele frequentemente se referiu a um tratamento com hidroxicloroquina, que não tem eficácia comprovada contra a COVID-19, mas foi promovido por outros líderes mundiais e por alguns estudos controversos.

Além disso, Bolsonaro muitas vezes usou trechos de discursos de Trump, ex-presidente dos Estados Unidos, como base para suas próprias declarações. Por exemplo, em relação ao uso de máscaras, Bolsonaro afirmou que “Tratamento não pode ser mais danoso que a doença”, uma frase que também foi usada por Trump. A frase foi dita por Bolsonaro em um pronunciamento em rede nacional em abril de 2020.

Dessa forma, podemos observar como o discurso de Bolsonaro sobre a pandemia foi moldado pela intertextualidade, com a incorporação de ideias e expressões de outros textos e discursos.

Bakhtin (2011, p. 297) classifica intertextualidade como

Cada enunciado é pleno de ecos e ressonância de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma resposta aos enunciados precedentes de um determinado campo (aqui concebemos a palavra “resposta” no sentido mais amplo): ela os rejeita, confirma, completa, baseia-se neles, subentende-os como conhecidos, de certo modo os leva em conta.

É preciso deixar claro que Bakhtin (2011) não utiliza o termo intertextualidade, porém, Fairclough (2019) lembra que o autor faz uma abordagem intertextual. Ao estudar Bakhtin (2011), é percebido que todo texto tem pedacinhos de outros textos. Em outras palavras, “cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados” (Bakhtin, 2011, p. 272).

Bakhtin (2011) afirma que a perspectiva intertextual pode ser analisada de três modos: produção, distribuição e consumo. A produção acrescenta um caráter histórico aos textos, uma vez que há um elo de textos constituídos com outros textos já existentes. Os textos do passado sofrem

transformações. Em termos de distribuição, é visto que o fluxo intertextual conecta-se e movimenta-se com outros textos, alterando-se e transformando-se em outro texto. Já em termos de consumo, os sujeitos trazem outros textos durante o processo de interpretação, ou seja, cada leitor traz sua própria bagagem intertextual que influencia a interpretação do texto.

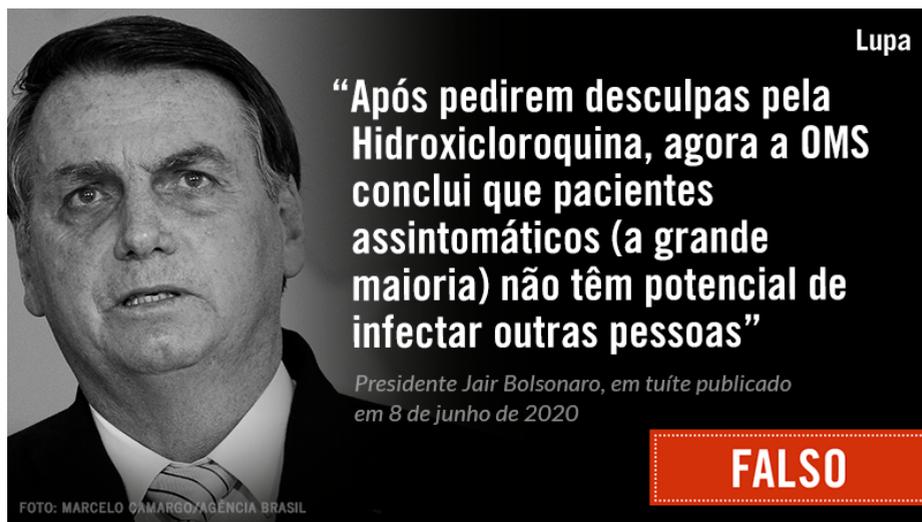
Fairclough (2019, p. 119) define a intertextualidade como sendo “[...] basicamente a propriedade que têm os textos de serem cheios de fragmentos de outros textos, que podem ser delimitados explicitamente ou mesclados e que o texto pode assimilar, contradizer, ecoar ironicamente, e assim por diante”.

Fairclough (2019) destaca a relação da intertextualidade com a hegemonia, pois a reutilização de textos anteriores e os que antecedem colaboram na transformação e reestruturação de novos textos, elaborando novos sentidos conforme as relações de poder vigentes na sociedade. A intertextualidade, portanto, é uma categoria de análise importante para compreender como os discursos políticos são produzidos, distribuídos e consumidos em contextos de disputa por hegemonia e poder.

Um exemplo das relações de poder presentes nos discursos falsos de Bolsonaro sobre a COVID-19 pode ser observado em sua tentativa de minimizar a gravidade da pandemia. Ao apresentar informações enganosas ou distorcidas sobre a doença, ele visa influenciar a opinião pública e moldar a percepção dos cidadãos em relação às políticas públicas adotadas para o combate à pandemia. Isso pode impactar diretamente nas decisões tomadas pelas autoridades de saúde e na adesão da população às medidas preventivas, demonstrando a influência e a força do discurso político na dinâmica social.

Nessa mesma linha de raciocínio, percebe-se que a intertextualidade é um elemento discursivo seletivo, onde vozes particulares são incluídas ou excluídas na reestruturação de novos textos, e como essas vozes são representadas. As escolhas ideológicas sobre os modos pelos quais essas vozes são selecionadas e representadas sinalizam para lutas hegemônicas. Esse modo operacional pode ser visto, por exemplo, quando Bolsonaro seleciona a voz de um representante da OMS para corroborar com sua corrente discursiva falsa e ideológica sobre a pandemia da COVID-19, como mostra a Figura 10.

Figura 10. Publicação de Bolsonaro no *Twitter* sendo desmentida pela *Lupa*



Fonte: Lupa (2020)

Essa *fake news* da Figura 10 de Bolsonaro é um exemplo de como a intertextualidade pode ser usada como uma estratégia discursiva para a propagação de informações falsas e manipulação de vozes. Ao selecionar e

interpretar seletivamente uma suposta conclusão da OMS sobre pacientes assintomáticos, Bolsonaro distorce a realidade para corroborar com a sua própria corrente discursiva e ideológica, que minimiza a gravidade da pandemia e desestimula a população a adotar medidas de prevenção e imunização.

Além disso, essa escolha ideológica de Bolsonaro na seleção de vozes e representações reforça as lutas hegemônicas presentes na sociedade. Ao se apropriar de uma suposta conclusão da OMS para sustentar o seu discurso, Bolsonaro tem em vista legitimar a sua posição de autoridade e influência, em detrimento da própria credibilidade e autoridade da OMS como organização internacional de saúde.

Dessa forma, a intertextualidade pode ser utilizada tanto para perpetuar discursos hegemônicos e ideológicos, como para contestá-los e desconstruí-los por meio da análise crítica e reflexiva dos fluxos discursivos e intertextuais.

No entanto, essa afirmação é falsa e não tem embasamento científico. A OMS nunca concluiu que pacientes assintomáticos não têm potencial de infectar outras pessoas. Pelo contrário, a organização reconhece a importância do controle e prevenção da disseminação do vírus por pessoas sem sintomas. Além disso, a OMS nunca pediu desculpas pelo uso da hidroxicloroquina no tratamento da COVID-19, pois nunca recomendou o uso do medicamento sem comprovação científica.

Ao utilizar a voz da OMS para corroborar com sua corrente discursiva falsa e ideológica, Bolsonaro seleciona e representa as vozes que lhe convém, excluindo outras que não validam sua posição. Essa estratégia não é apenas seletiva, mas também ideológica e sinaliza para lutas hegemônicas. Bolsonaro utiliza essa estratégia para legitimar suas

próprias posições e construir uma imagem de si que seja convincente para seus apoiadores e para a opinião pública.

A intertextualidade é um elemento discursivo seletivo que faz parte de escolhas ideológicas e sinaliza para lutas hegemônicas. No caso das falsas declarações de Bolsonaro sobre a COVID-19, a seleção e representação de vozes específicas visam legitimar suas próprias posições e construir uma imagem positiva de si, enquanto exclui vozes que não se encaixam em sua posição ideológica.

Essa atitude de Bolsonaro de se apropriar seletivamente de vozes de autoridades para corroborar com seus discursos falsos e ideológicos é um exemplo de como a intertextualidade é um elemento discursivo seletivo, em que as vozes particulares são incluídas ou excluídas na reestruturação de novos textos, de acordo com escolhas ideológicas e sinalizando para lutas hegemônicas.

A utilização de informações falsas e descontextualizada, como a alegação de que a OMS concluiu que pacientes assintomáticos não têm potencial de infectar outras pessoas, é uma tática comum de Bolsonaro e de outros líderes políticos, como o Trump, que buscam manter sua base de apoio, manipulando informações e se apropriando seletivamente de vozes que lhes convém.

A escolha seletiva de determinadas vozes no discurso aponta para lutas hegemônicas presentes na prática intertextual. Um exemplo disso é a *fake news* (Figura 10) propagada por Bolsonaro, na qual distorce a declaração de um representante da OMS sobre as transmissões de COVID-19 por pessoas assintomáticas. Enquanto o representante afirmou que as transmissões parecem ser "raras", Bolsonaro compartilhou que "pacientes assintomáticos [...] não têm potencial de infectar outras pessoas". Essa escolha ideológica de seleção e representação de vozes

revela a manipulação discursiva para fins políticos e a busca por hegemonia na disseminação de informações.

Acerca disso, Bakhtin (2011) advoga especificamente sobre o conceito de polifonia e dialogismo. Em *Problemas da Poética de Dostoiévski* (PPD), Bakhtin (2011) define polifonia como

[...] Em toda parte há certa intersecção, consonância ou intermitência de réplicas do diálogo aberto com réplicas do diálogo interior das personagens. Em toda parte certo conjunto de ideias, pensamentos e palavras se realiza em várias vozes desconexas, ecoando a seu modo em cada uma delas. [...] A realização do tema em muitas e diferentes vozes, a multiplicidade essencial e, por assim dizer, inalienável de vozes e a sua diversidade (Bakhtin, 2011, p. 199).

A polifonia é entendida como a existência de vozes na estrutura textual. E a interação dessas vozes no texto e do texto com outros textos é classificada como sendo dialógica, que resulta, conforme Bakhtin (2011, p. 275), em uma “alternância dos sujeitos no discurso”. Tal alternância dos sujeitos na instância discursiva colabora para uma disputa de enunciados conforme a ordem do discurso. Nisso, também fica evidente a relação dialógica entre os textos e o seu aspecto heterogêneo.

Perante a noção de polifonia e dialogismo, compreende-se que a intertextualidade é um espaço para as lutas ideológicas e hegemônicas, já que é necessário prestar atenção em quais vozes são mais reconhecidas em detrimento de outras e qual o objetivo com essa assimetria de espaço no texto, gerando relações de poder. Além disso, a intertextualidade não se resume apenas a uma simples combinação de vozes, mas também serve para articular diversas vozes e textos, inseridos no texto de diferentes formatos, seja em discurso direto ou indireto. Nesse sentido, Fairclough (2019) alerta para o caráter ambivalente dos textos, que podem ser usados

tanto para resistir quanto para reforçar a hegemonia. Um exemplo disso é o discurso ambíguo de Bolsonaro sobre a pandemia, que utiliza vozes da ciência e da política de maneira seletiva e estratégica para reforçar sua posição de poder.

Figura 11. Discurso de Bolsonaro sobre a “eficácia” da Cloroquina sendo classificado como falso



Fonte: Lupa (2020)

A *fake news* de Bolsonaro sobre a eficácia da cloroquina no combate ao *coronavírus* é um exemplo claro do uso da intertextualidade na construção de uma narrativa falsa. Bolsonaro selecionou duas vozes médicas, David Uip e Roberto Kalil Filho, para dar uma aparência de legitimidade ao seu discurso. O ex-presidente não nomeia os médicos em sua divulgação, mas na matéria "Sem apresentar estudos, Bolsonaro diz que ‘cada vez mais o uso da cloroquina se apresenta como eficaz”, do jornal *O Globo*, é possível identificá-los.

David Uip, que na época era secretário de Saúde do Estado de São Paulo, não havia dado qualquer declaração sobre o uso da cloroquina no tratamento da COVID-19. Por outro lado, Roberto Kalil Filho é um cardiologista que defende o uso do medicamento no combate à doença. Bolsonaro usa essas vozes indiretamente, selecionando-as e articulando-as para dar a sua narrativa uma aparência de legitimidade. Ao usar essas vozes médicas, Bolsonaro tenta convencer a população de que a cloroquina é uma solução eficaz para a COVID-19.

Bolsonaro escolheu os médicos que apoiam o uso da cloroquina e ignorou as vozes dos especialistas que alertaram sobre os riscos da medicação. Essa seleção de vozes demonstra uma estratégia política de manipulação da opinião pública e perpetuação de uma narrativa falsa.

É importante notar como o ex-presidente seleciona determinadas vozes médicas para reforçar sua narrativa, mesmo que estas vozes não tenham necessariamente apoiado o uso da cloroquina de forma tão categórica como Bolsonaro apresenta. Essa seleção de vozes é um exemplo de como a intertextualidade pode ser utilizada para reforçar determinadas posições ideológicas e de poder, uma vez que as vozes selecionadas são vistas como especialistas, portanto, suas opiniões podem carregar mais peso junto ao público. Essa dinâmica dialógica e polifônica é uma característica fundamental dos discursos políticos e é importante ser analisada para uma compreensão mais profunda das relações de poder presentes em determinados discursos.

Dessa forma, é possível perceber a intertextualidade em ação na construção dessa *fake news* de Bolsonaro. O ex-presidente seleciona e articula vozes indiretamente em seu discurso para dar a sua narrativa uma aparência de legitimidade, mesmo que essas vozes sejam selecionadas de

forma ideologicamente motivada. É importante estar atento a esses processos para não ser manipulado por discursos falsos.

A intertextualidade é um elemento fundamental na construção de sentidos e significados em um texto, e a escolha das vozes em que são incluídas ou excluídas pode revelar relações de poder e ideológicas. Nesse sentido, é importante considerar as “redes de práticas interligadas” (Resende; Ramalho, 2019, p. 42), ou seja, as redes de articulação entre diferentes vozes, que podem ser utilizadas na construção de discursos políticos, por exemplo. Essas redes são formadas por meio de alianças entre movimentos e grupos que buscam consolidar uma causa originária. Dessa forma, a intertextualidade pode ser vista como uma prática interligada que permite a articulação de diferentes vozes em um mesmo texto, para reforçar determinadas ideias e perspectivas."

Também é apresentado por Fairclough (2019) dois tipos de intertextualidade: a manifesta e a constitutiva. A intertextualidade manifesta é quando há uma referência explícita a outro texto, podendo ser uma citação direta ou uma paráfrase, por exemplo. Já a intertextualidade constitutiva é quando a presença de outros textos é implícita, estando incorporada no próprio texto através de suas convenções linguísticas e discursivas.

Um exemplo de intertextualidade manifesta é quando Bolsonaro faz referência ao livro *A Verdade Sufocada*, escrito pelo coronel Brilhante Ustra, um militar acusado de cometer torturas durante a ditadura militar no Brasil. Bolsonaro já afirmou em diversas ocasiões que o livro é uma obra-prima e que Ustra é um herói nacional. Nesse caso, Bolsonaro está se referenciando explicitamente ao livro de Ustra para reafirmar suas próprias crenças e convicções. Tal apologia é crime no Brasil.

Já a intertextualidade constitutiva ou interdiscursividade pode ser vista na fala de Bolsonaro durante um pronunciamento sobre a pandemia de COVID-19, em que ele utiliza a expressão "gripezinha" para minimizar a gravidade da doença. Essa expressão já havia sido utilizada anteriormente por outras autoridades, como o ex-presidente dos Estados Unidos, Trump. Ao utilizar essa expressão, Bolsonaro está incorporando em seu discurso uma convenção linguística e discursiva já estabelecida por outras autoridades, reforçando assim sua mensagem de minimização da gravidade da pandemia.

A representação do discurso é referida por Fairclough (2019) como sendo um discurso relatado. Nessa modalidade cogita investigar os modos como os textos são incorporados e representados em outros textos, pois “há diferenças no que é citado, quando, como e por quê, entre sermões, ensaios científicos e conversação” (Fairclough, 2019, p. 153). Além disso, é fundamental delimitar as fronteiras do discurso, identificando as vozes que estão interagindo no texto, e discernir qual é a voz originária e qual foi incorporada. Essa diferenciação pode ser feita de forma direta, com o uso de aspas para reproduzir a fala do outro, ou de forma indireta, quando se reconstrói a fala de outro usando as próprias palavras.

Ao considerar esses aspectos, é possível compreender de que maneira as vozes são articuladas no discurso e como isso pode afetar a produção de sentidos e significados. No caso da *fake news* disseminada por Bolsonaro sobre a eficácia da cloroquina no tratamento da COVID-19, a articulação das vozes de David Uip e Roberto Kalil Filho permite legitimar uma narrativa falsa, criando uma ilusão de consenso em relação ao uso do medicamento.

Em uma perspectiva intertextual, a negação, conforme Fairclough (2019), é a incorporação de outros textos com o intuito de negá-los,

contestá-los ou rejeitá-los. Por exemplo, na oração “A máscara não é eficaz”, há a negação da eficácia da máscara, o que traz à tona outras vozes que defendem o uso da máscara na materialidade concreta. Surge então a questão: quem se beneficia com a negação desses outros enunciados que afirmam a eficácia da máscara? Qual é o interesse em negar sua utilidade e em defender a não utilização da máscara?

A negação pode ser encontrada na *fake news* “A [hidroxicloroquina] não tem efeito colateral”. Aqui, Bolsonaro utiliza o discurso relatado para recontextualizar a fala de alguns especialistas, a fim de negar ou contestar estudos científicos que afirmam acerca dos riscos do uso da cloroquina e hidroxicloroquina no tratamento da COVID-19, uma vez que tais medicamentos apresentam efeitos colaterais. Dessa forma, o discurso de Bolsonaro constrói uma narrativa que visa deslegitimar as evidências científicas e propagar uma falsa sensação de segurança em relação ao uso da cloroquina e hidroxicloroquina.

Essa negação por parte de Bolsonaro visa enfraquecer o discurso dos cientistas e das instituições de saúde que alertam para os riscos do uso indiscriminado da cloroquina e hidroxicloroquina no tratamento da COVID-19, reforçando a narrativa de que tais medicamentos são eficazes e seguros. Além disso, a negação também serve para desacreditar as vozes que contestam a sua posição e reforçar a sua própria autoridade como líder político.

O discurso de Bolsonaro em defesa da hidroxicloroquina e da cloroquina como tratamento para a COVID-19 não apenas nega evidências científicas, mas também favorece a circulação desses medicamentos na sociedade. Essa postura ideológica coloca em risco a vida da população e favorece interesses econômicos de empresários aliados do ex-presidente, que lucram com a venda desses medicamentos. O aumento de 358% no

consumo de cloroquina durante a pandemia, segundo dados do Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos (Sindusfarma), é um exemplo disso. A matéria do *Correio Braziliense*, intitulada “Veja quem são os empresários que ganham com a cloroquina no Brasil”, mostra que os principais laboratórios autorizados pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) estão ligados a Bolsonaro. A postura do ex-presidente em defender o uso desses medicamentos, mesmo diante de críticas da comunidade acadêmica, revela seu compromisso com o lucro acima da vida da população, seguindo a cartilha do capitalismo. Bolsonaro insistiu em promover essa ideia, o que resulta em um aumento no consumo desses medicamentos no Brasil. E, como já foi apontado, há interesses econômicos por trás dessa promoção, com empresários ligados ao governo lucrando com a venda desses remédios.

Figura 12. Bolsonaro conversando com uma apoiadora em *live* no *Facebook*



Fonte: reprodução/*Facebook*

A intertextualidade se faz presente no discurso de Bolsonaro quando ele usa a tática de evocar médicos para contestar a eficácia da máscara, como na declaração durante uma *live* no Facebook com uma apoiadora (Figura 12): "Já tem alguns médicos que estão falando que é um percentual baixo de eficácia". Como nenhum texto nasce do zero, ao ser sempre fragmentos de outros enunciados, Bolsonaro recorre a outras vozes para legitimar e reestruturar seu posicionamento sobre a máscara. O problema é que ele não nomeia essas vozes, generalizando seu discurso e criando uma narrativa que favorece sua agenda. Assim, é possível observar a presença de vozes no texto (a polifonia) e, com isso, o diálogo entre essas vozes (o dialogismo), ajudando a entender como Bolsonaro utiliza a intertextualidade para manipular informações e criar uma narrativa conveniente a seus interesses.

A manipulação do discurso também pode ser vista na forma como Bolsonaro evoca as vozes dos médicos, sem especificar quais são esses profissionais e em que contexto eles efetuaram tais afirmações. Dessa forma, ele pode selecionar apenas as informações que lhe interessam e desconsiderar aquelas que não se encaixam em sua narrativa.

Na perspectiva de Charaudeau (2022), o discurso manipulatório é aquele que visa influenciar o destinatário, alterando a sua percepção da realidade e conduzindo-o a adotar uma determinada posição ou comportamento. Para Charaudeau (2022), o discurso manipulatório se vale de estratégias retóricas que visam a persuasão, tais como a seleção de informações, a sua organização em uma estrutura argumentativa, a manipulação de emoções e valores e a exploração de preconceitos e estereótipos.

No entanto, a manipulação pode ser feita de forma mais ou menos evidente, podendo ocorrer de maneira velada ou explícita. Charaudeau (2022) destaca que a manipulação velada é mais eficaz, ao ser menos perceptível pelo destinatário, que não percebe a sua submissão ao discurso manipulatório. Por outro lado, a manipulação explícita pode gerar resistência e desconfiança no destinatário.

Segundo a perspectiva de Charaudeau (2022), é possível observar o uso de estratégias manipulatórias pelo discurso de Bolsonaro sobre a COVID-19. Como mencionado anteriormente, ele utiliza diversos recursos, como a negação e a recontextualização, para impor sua visão e influenciar a opinião pública.

Nesse sentido, podemos destacar que Bolsonaro utiliza tanto a manipulação velada quanto a manipulação explícita. A manipulação velada é observada em suas falas que parecem aparentemente justificadas, mas que, na verdade, possuem um objetivo oculto de persuadir o ouvinte. Um exemplo disso é quando ele minimiza a gravidade da pandemia e questiona a eficácia das medidas de isolamento social, ao mesmo tempo, em que defende a utilização de medicamentos sem comprovação científica.

Por outro lado, a manipulação explícita é vista quando Bolsonaro ataca diretamente seus oponentes e críticos, tentando descredibilizá-los e gerando desconfiança em relação às informações que eles divulgam. Além disso, ele muitas vezes recorre a argumentos *ad hominem*, atacando a pessoa em vez de refutar seus argumentos.

No entanto, é importante ressaltar que a manipulação explícita pode gerar resistência e desconfiança no destinatário, conforme destacado por Charaudeau (2022). Assim, é necessário que o público esteja atento aos recursos manipulatórios utilizados pelos discursos políticos e desenvolva um senso crítico para avaliar as informações que lhe são apresentadas.

Apresenta-se outro aspecto da intertextualidade, o metadiscurso, que, segundo Fairclough (2019, p. 163), refere-se à “[...] forma peculiar de intertextualidade manifesta em que o(a) produtor(a) do texto distingue níveis diferentes dentro de seu próprio texto e distância a si próprio(a) de alguns níveis do texto, tratando o nível distanciando como se fosse um outro texto, externo”. O uso do metadiscurso pode ter a intenção de controlar ou manipular um determinado assunto, ou contexto. No caso de Bolsonaro, ele se afasta de si mesmo ao evocar e recontextualizar as falas de médicos para apoiar suas próprias ideias e posições em relação à eficácia de máscaras, sugerindo uma forma sutil de manipulação.

Para Bakhtin (2014, p. 32), “[...] um instrumento pode ser convertido em signo ideológico: é o caso, por exemplo, da foice e do martelo como emblema da União Soviética”. Já no contexto da COVID-19, é empregado que a cloroquina foi instrumentalizada ideologicamente, sendo revestida de efeitos ideológicos por Bolsonaro: o medicamento se transformou em um emblema do governo bolsonarista no combate à pandemia.

É possível encontrar a intertextualidade em ação em outra *fake news* de Bolsonaro, intitulado de “Se você pegar o número de mortes de janeiro a setembro do ano passado e janeiro a setembro deste ano [...], se bobear tá parecido”, no qual o ex-presidente evoca dados estatísticos e os manipula para construir um novo sentido sobre o quadro de mortes decorrentes da COVID-19. Percebe-se que a intertextualidade é um recurso discursivo seletivo, no qual Bolsonaro escolhe incluir ou excluir vozes particulares na reestruturação de novos textos. Nesse caso, ele apresenta uma enganosa comparação entre o mesmo período de 2019 e 2020 para suavizar o impacto do vírus nos números de mortos.

No entanto, dados revelados pelo Portal da Transparência do Registro Civil, sustentado pela Associação Nacional dos Registradores de Pessoas Naturais (ARPEN Brasil), apontam que foram registrados, entre janeiro e setembro de 2019, 956.289 mortes no Brasil. Enquanto no mesmo período de 2020, o país teve 1.083.373 mortes, ou seja, um crescimento de 13,2%, representando 127.084 mortes a mais em 2020.

Figura 13. Bolsonaro comparando a COVID-19 com o surto de H1N1



Fonte: *Lupa* (2020)

Na *fake news* “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” (Figura 13), o locutor é o Bolsonaro. Ele recorre à intertextualidade ao evocar um episódio passado de crise de saúde para recontextualizar a atual situação de pandemia da COVID-19, buscando construir um argumento para minimizar a gravidade da situação atual.

Ao mencionar a crise de saúde ocorrida em 2009 e 2010, Bolsonaro traz para seu discurso uma voz externa, um enunciado que não é dele próprio. Ele faz uso dessa voz para estabelecer um diálogo com o passado e com o mundo, sugerindo uma comparação entre a reação naquele momento e a reação atual.

Essa estratégia discursiva é uma forma de manipulação, pois ao evocar uma situação passada de crise de saúde e compará-la à atual pandemia, Bolsonaro tem em vista minimizar a gravidade da situação atual. Ao dizer que a reação naquela época "*não foi nem sequer perto*" da reação atual, o ex-presidente tenta sugerir que a pandemia da COVID-19 não é tão grave quanto se pensa, o que pode levar as pessoas a não levarem a sério as medidas de proteção e prevenção contra o vírus.

Em sua checagem, a *Lupa* aponta que a comparação entre a pandemia de H1N1, também conhecida como gripe suína, e a pandemia da COVID-19 não é adequada, uma vez que a letalidade da primeira foi de apenas 0,02%, enquanto a COVID-19 é pelo menos 25 vezes mais letal. Em suma, a utilização da intertextualidade por Bolsonaro em suas *fake news* têm o intuito de manipular e controlar a interpretação dos destinatários.

3.1.3 Avaliação

Ao referir-se sobre a avaliação ou declaração avaliativa, Fairclough (2003) conceitua como declarações que se relacionam aos anseios do sujeito na instância discursiva: desejabilidade ou indesejabilidade.

Com palavras como 'bom', 'ruim', 'maravilhoso', 'terrível', desejabilidade é bem explícito. Mas declarações avaliativas

também avaliam em termos de importância, utilidade e assim por diante (ver Lemke 1998), onde a desejabilidade é assumida. Então declarações avaliativas como “este é um livro importante”, “este é um livro inútil” implicam que o livro é desejável ou indesejável — é geralmente tomado como auto-evidente que o que é “importante” ou “útil” é desejável. Quando nos afastamos de tais casos transparentes, afirmações avaliativas rapidamente se tornam relativas ao discurso — por exemplo, ‘ela é comunista’ pode ser uma afirmação avaliativa, mas apenas em relação a um determinado discurso. Muitas outras palavras que figuram nas avaliações, como ‘corajoso’, ‘covarde’, ‘honesto’, ‘desonesto’, têm significados complexos que incluem um elemento avaliativo — por exemplo, uma pessoa ‘corajosa’ é uma pessoa que está, por exemplo, preparada assumir riscos pessoais, enquanto uma pessoa ‘honesta’ é aquela que, por exemplo, não mente, mas ambos também são, por implicação, pessoas ‘boas’[...] (Fairclough, 2003, p. 172, tradução nossa).

Fairclough (2003) argumenta que declarações avaliativas implicam desejabilidade ou indesejabilidade e que muitas palavras usadas em avaliações, como "corajoso", "covarde", "honesto" e "desonesto", têm um elemento avaliativo que as torna automaticamente "boas" ou "más". O autor aponta para a complexidade dos significados dessas palavras e afirma que eles são relativos ao discurso em questão.

Fairclough (2003) utiliza exemplos para apoiar sua argumentação, como a declaração avaliativa "este é um livro importante" e a afirmação avaliativa "ela é comunista". Ao explicar que as palavras utilizadas em avaliações têm significados complexos que incluem um elemento avaliativo, Fairclough (2003) sugere que é necessário considerar o contexto e a intenção por trás dessas declarações para entender seu verdadeiro significado.

Portanto, Fairclough (2003) apresenta argumentos e evidências para apoiar a ideia de que as declarações avaliativas são complexas e relativas

ao discurso em questão. O autor usa exemplos específicos para ilustrar sua argumentação e fornece explicações detalhadas para apoiar seus pontos de vista.

As *fake news* de Bolsonaro sobre a COVID-19 muitas vezes usam declarações avaliativas visando reforçar suas narrativas ideológicas e políticas. Por exemplo, em um discurso em março de 2020, Bolsonaro chamou a COVID-19 de "gripezinha" e disse que a reação à pandemia estava sendo exagerada pela mídia e pelos políticos. Essas avaliações sugerem que a COVID-19 não é uma ameaça séria à saúde pública e as medidas de distanciamento social e fechamento de negócios são desnecessárias e prejudicam a economia.

Outra declaração avaliativa usada por Bolsonaro é a ideia de que a cloroquina é um "milagre" para tratar a COVID-19, mesmo que não haja evidências científicas que comprovem sua eficácia no tratamento da doença. Essa avaliação reforça a narrativa ideológica de Bolsonaro de que ele está fazendo tudo o que pode para combater a pandemia e que aqueles que são contra a cloroquina são contra o Brasil. Essas declarações avaliativas usadas por Bolsonaro nas suas *fake news* sobre a COVID-19 têm o objetivo de influenciar a percepção do público sobre a pandemia e reforçar suas narrativas políticas e ideológicas.

Bolsonaro também fez afirmações avaliativas sobre medidas de prevenção à COVID-19, como o uso de máscaras e o distanciamento social. Ele minimizou a importância dessas medidas, chegando a dizer que as máscaras eram "coisa de viado" e que o distanciamento social era um "remédio pior que a doença". Essas declarações avaliativas não apenas expressam a opinião de Bolsonaro, mas, ao mesmo tempo, influenciam a percepção e ações da população em relação à pandemia.

Outro exemplo de como as declarações avaliativas podem ser utilizadas em *fake news* é a afirmação de Bolsonaro de que a cloroquina é uma cura para a COVID-19, o que foi desmentido por diversas autoridades médicas e científicas. Ao utilizar a palavra "cura", Bolsonaro está emitindo uma afirmação avaliativa extremamente positiva sobre a cloroquina, reforçando a sua posição ideológica e política em relação ao combate à pandemia.

Bolsonaro frequentemente utiliza palavras como "mídia" e "imprensa" de forma pejorativa em suas declarações, colocando em questão a credibilidade das informações divulgadas por esses meios de comunicação. Isso pode levar as pessoas a desacreditarem notícias verdadeiras sobre a pandemia divulgadas pela mídia, favorecendo, assim, a propagação de *fake news* sobre o assunto. É visto que as declarações avaliativas podem ser utilizadas em *fake news* como forma de reforçar ideologias políticas e pessoais, desacreditar informações verdadeiras e manipular a opinião pública sobre determinado assunto.

A categoria avaliação reflete as perspectivas ou aceções dos enunciadores acerca das outras pessoas ou do mundo a sua volta, apreciando como "bom" ou "ruim" de forma explícita ou não. As declarações avaliativas apresentam-se como uma forma particular do sujeito em posicionar-se diante dos aspectos do tecido social.

De fato, segundo Fairclough (2003), as declarações avaliativas têm um papel fundamental na construção do discurso, ao ajudarem a transmitir e reforçar valores e crenças do enunciador, além de influenciar como o interlocutor percebe a realidade. No caso das expressões explícitas, como adjetivos que qualificam algo como "bom" ou "ruim", a avaliação é direta e clara. Já no caso de ironias e sarcasmos, a avaliação pode ser mais sutil e implícita, mas nem por isso menos impactante.

Já em relação às declarações avaliativas implícitas, um exemplo é quando Bolsonaro faz piadas ou ironiza a oposição política, ou a imprensa. Essas expressões avaliativas indiretas podem reforçar a imagem do ex-presidente como alguém que não se curva a críticas ou pressões externas e, conseqüentemente, influenciar a percepção do público sobre sua postura diante dos desafios enfrentados pelo país.

Além das declarações avaliativas, há outras categorias de avaliação presentes no discurso, como as declarações com modalidade deôntica, que expressam a necessidade ou obrigação de se fazer algo, bem como as avaliações afetivas, que carregam aspectos emotivos e subjetivos. Outra categoria relevante são as pressuposições de valor, que refletem a visão do enunciador sobre o que é desejável ou não, influenciando as perspectivas e opiniões dos interlocutores. Essas categorias podem se manifestar de diferentes formas no discurso, desde expressões explícitas e implícitas, como ironias e sarcasmos, e são elementos fundamentais para a construção do discurso e a expressão dos valores, crenças e atitudes do enunciador (Fairclough, 2003).

As declarações com modalidade deôntica, ou seja, que expressam obrigação, permissão ou proibição, são comuns nos discursos do ex-presidente Bolsonaro. Ele frequentemente utiliza expressões como "temos que", "não podemos", "é proibido", entre outras, para demonstrar suas opiniões e posturas diante de determinados temas. Por exemplo, em relação às medidas de distanciamento social durante a pandemia da COVID-19, Bolsonaro afirmou em diversas ocasiões que "não podemos parar tudo por causa de uma gripezinha", expressando sua opinião contrária ao *lockdown* e outras medidas restritivas.

Em relação aos aspectos emotivos ou subjetivos, Bolsonaro costuma utilizar uma linguagem carregada de emoção e apelação ao

sentimento de seus seguidores. Em seus discursos, ele emprega frequentemente termos como "amor", "pátria", "Deus", "família", entre outros, para reforçar sua imagem de líder carismático e patriota. Essa estratégia de apelo emocional visa conquistar a simpatia e o apoio de seus eleitores.

Em relação às pressuposições de valor, Bolsonaro frequentemente expressa suas opiniões sobre o que é desejável ou não para a sociedade brasileira. Por exemplo, ele já afirmou em diversas ocasiões que é contra a legalização do aborto e das drogas, além de se posicionar de forma contrária à ideologia de gênero. Essas opiniões demonstram sua visão conservadora e tradicionalista em relação a valores e comportamentos sociais.

Figura 14. Discurso de Bolsonaro sobre a ineficácia da máscara sendo desmentido pela *Lupa*



Fonte: *Lupa* (2020)

Ao afirmar “E essa máscara é pouco eficaz” (Figura 14), Bolsonaro recorre à categoria de avaliação para expressar sua opinião sobre a utilização da máscara como medida de prevenção à COVID-19. Conforme aponta Fairclough (2003), a avaliação se refere aos valores, crenças e atitudes dos sujeitos em suas práticas discursivas. Nesse sentido, é possível perceber a falta de desejo de Bolsonaro em relação às máscaras, expressando afetivamente sua visão negativa sobre o uso do objeto na redução da infecção. Além disso, a declaração de Bolsonaro apresenta uma modalidade deôntica, que implica em um juízo de dever ou obrigação, indicando que o uso de máscaras não é algo considerado necessário ou exigido pelo falante.

Nota-se que a declaração de Bolsonaro está em conflito com as recomendações das autoridades sanitárias e científicas, que afirmam a eficácia das máscaras como medida de prevenção da COVID-19. De acordo com uma publicação da revista *The Lancet*, de maneira geral, a utilização de máscara colabora na redução de 85% de possíveis infecções. No entanto, a OMS ressalta que apenas a utilização de máscara no combate a COVID-19 não seria uma forma adequada de proteção contra o vírus.

A fala do ex-presidente pode ser considerada uma pressuposição de valor, ou seja, uma afirmação implícita sobre o que é desejável ou indesejável. Ao desvalorizar o uso de máscaras, Bolsonaro transmite uma mensagem que pode influenciar as opiniões e comportamentos de seus seguidores, contribuindo para a desinformação e agravamento da pandemia.

A análise da declaração de Bolsonaro sobre as máscaras evidencia a importância da avaliação na construção do discurso e na influência que este exerce sobre as perspectivas e atitudes dos interlocutores. É

fundamental estar atento às avaliações presentes nos discursos, especialmente quando elas vão de encontro às evidências científicas e às recomendações das autoridades competentes, para evitar a disseminação de desinformação e prejuízos à saúde pública.

3.1.4 Modalidade

De acordo com Fairclough (2003, 2019), a modalidade refere-se ao compromisso do enunciador em relação a cada declaração, bem como perguntas, demandas ou ofertas. O autor destaca que a “questão é que existem diferentes maneiras de fazer cada destes que assumem diferentes compromissos” (Fairclough, 2003, p. 165, tradução nossa). A modalidade também pode ser vista como uma maneira particular de expressar as atitudes dos falantes em relação às suas representações. Nesse sentido, a modalidade se relaciona com a construção do discurso, uma vez que influencia a percepção dos interlocutores em relação ao comprometimento do falante com o que está sendo dito.

A modalidade também pode ser identificada em discursos que apresentam *fake news*, como as disseminadas por Bolsonaro durante a pandemia da COVID-19. Por exemplo, em um vídeo divulgado em suas redes sociais digitais em março de 2020, o ex-presidente afirmou que os hospitais do país estavam vazios e a imprensa estava exagerando a gravidade da situação. Essa declaração apresenta uma modalidade assertiva, que indica o comprometimento do enunciador com a veracidade do que está sendo dito, mas que, no caso, não corresponde à realidade e pode ter influenciado a opinião de seus seguidores negativamente, colocando em risco a saúde pública.

Os ataques aos hospitais por apoiadores do Bolsonaro são exemplos claros de ações que possuem uma modalidade expressa em seus discursos. Ao incentivar a invasão dos hospitais e questionar a veracidade dos dados apresentados sobre a pandemia, Bolsonaro acaba gerando um comprometimento com a sua fala e colocando em risco a vida de pacientes e profissionais da saúde. A modalidade se manifesta nesse caso pela obrigação ou dever de seus apoiadores em agir em prol do discurso do presidente, mesmo que isso signifique atitudes ilegais ou perigosas.

Os discursos de Bolsonaro que negam a gravidade da pandemia e promovem tratamentos sem eficácia comprovada também apresentam modalidade, já que implicam em um comprometimento do ex-presidente com suas afirmações, mesmo que elas contrariem evidências científicas e coloquem a população em risco. Essa postura do ex-presidente e seus apoiadores também reflete uma modalidade afetiva, ou seja, a manifestação de emoções e sentimentos na forma como eles se posicionam diante da pandemia e das medidas de prevenção.

Fairclough (2003) destaca a importância da modalidade na texturização das identidades. Trata-se da forma particular que o sujeito representa o mundo, e o grau de comprometimento com a verdade, que se relaciona com os modos pelos quais se identifica com o outro. O autor classifica a modalidade em dois aspectos: a epistêmica (a troca de conhecimento e o compromisso com a verdade) e a deontica (a troca de atividades e o compromisso com a obrigação e a necessidade).

No que se refere à modalidade epistêmica, ela se refere à maneira como o falante se compromete com a verdade do que está sendo afirmado. Nesse sentido, o compromisso pode variar desde uma afirmação mais fraca até uma afirmação mais forte e segura. Já a modalidade deontica se refere

ao compromisso do falante com a obrigação ou necessidade de realizar alguma ação, ou atividade.

Um exemplo de como a modalidade pode ser utilizada em relação à COVID-19 seria o uso de verbos modais que expressam a necessidade de ações preventivas, como "dever" e "precisar". Por exemplo, um enunciado com alta modalização epistêmica seria "Devemos seguir as orientações dos especialistas em saúde e tomar todas as medidas necessárias para evitar a disseminação da COVID-19". Já um enunciado com alta modalização deontica seria "Todos precisam usar máscaras e manter o distanciamento social para combater a COVID-19".

Por outro lado, um discurso que minimize a gravidade da COVID-19 pode usar verbos modais que expressam incerteza ou dúvida, como "poderia" e "talvez". Por exemplo, um enunciado com baixa modalização epistêmica seria "Talvez a COVID-19 não seja tão grave quanto estão dizendo, não sabemos ao certo". Já um enunciado com baixa modalização deontica seria "Não precisamos usar máscaras ou seguir todas as orientações, podemos tomar nossas próprias decisões". É importante lembrar que o uso da modalidade pode influenciar a percepção dos interlocutores sobre a gravidade da situação e a necessidade de medidas preventivas.

Em outro ponto, Fairclough (2003, p. 167, tradução nossa) enfatiza sobre a “existência de limites sociais nas escolhas de modalidade que vão além das relações sociais de determinados textos ou falas. Podemos perguntar: quem consegue comprometer-se com fortes reivindicações de verdade sobre este ou aquele aspecto do mundo?”

Fairclough (2003) ressalta que a escolha da modalidade na comunicação não é apenas uma questão de relações sociais imediatas, mas também depende de limites sociais mais amplos que afetam a capacidade

das pessoas de se comprometerem com reivindicações de verdade em determinados assuntos. Por exemplo, em questões de saúde pública, como a COVID-19, pode haver limites impostos por crenças pessoais, ideologias políticas, pressões sociais ou mesmo informações conflitantes. Isso pode dificultar a obtenção de um consenso sobre o que é verdadeiro ou desejável em relação a certas práticas, como o uso de máscaras ou a vacinação, por exemplo. Ainda assim, é importante considerar essas limitações e buscar formas de comunicar informações precisas e relevantes sobre a pandemia para o público.

A análise da modalidade no discurso de Bolsonaro pode ser percebida em diversas declarações que envolvem *fake news*. Um exemplo é quando ele afirma que “Estamos vivendo um finalzinho de pandemia”, evidenciando a ausência de comprometimento com a verdade sobre a realidade da pandemia no país. Essa prática discursiva de Bolsonaro é uma forma ideológica de propagar uma falsa tranquilidade sobre a pandemia, especialmente quando o enunciado é revestido de autoridade, dada a posição de Bolsonaro como presidente. Além disso, é importante ressaltar que a escolha da modalidade no discurso está sujeita a limites sociais que vão além das relações sociais presentes em determinados textos ou falas. É preciso questionar: quem é capaz de se comprometer com afirmações verdadeiras sobre determinados aspectos do mundo, especialmente quando se trata de um assunto tão crucial como a pandemia?

Observa-se o comprometimento do enunciador, Bolsonaro, com a declaração: “Se você pegar o número de mortes de janeiro a setembro do ano passado e janeiro a setembro deste ano [...], se bobear tá parecido”. Tal processo pode ser classificado, de acordo com Fairclough (2003, 2019), como modalidade, que representa uma forma particular do enunciador de expressar suas atitudes de diferentes maneiras. Nesse caso, Bolsonaro

demonstra, por meio do discurso, seu descomprometimento em apresentar dados reais sobre o número de mortos pela COVID-19. Assim, o grau de comprometimento de Bolsonaro com a verdade é nulo, ou seja, não há existência de verdade em seu discurso.

Com efeito, a avaliação se refere aos valores, crenças e atitudes dos sujeitos em suas práticas discursivas, e o desejo é um aspecto central dessa dimensão. Ao negar a realidade da pandemia e minimizar os impactos da doença, Bolsonaro expressa seu desejo de não ter que lidar com as consequências dessa crise sanitária, seja por motivos políticos ou pessoais. Essa postura, no entanto, tem consequências graves para a sociedade, especialmente para aqueles que são mais vulneráveis à doença e que dependem de políticas públicas eficazes para enfrentar a pandemia.

Verifica-se a identidade de Bolsonaro a partir do conceito de modalidade de Fairclough (2003, 2019), que destaca a forma particular que o sujeito representa o mundo e o grau de comprometimento com a verdade. Bolsonaro, ao negar a ciência e as medidas sanitárias, demonstra uma modalidade epistêmica de baixo comprometimento com a verdade e uma modalidade deôntica de baixo comprometimento com a obrigação e a necessidade de agir em prol da saúde pública.

Além disso, é possível observar a construção da identidade de Bolsonaro a partir do conceito de discurso ideológico, que se refere à construção de representações da realidade que legitimam interesses e posições de poder. Bolsonaro, ao negar a gravidade da pandemia e incentivar o uso de medicamentos sem eficácia comprovada, reforça sua ideologia de desvalorização da ciência e de defesa de interesses políticos e econômicos em detrimento da saúde pública e da vida da população.

3.1.5 Ideologia e hegemonia

A vida é vista por Chouliaraki e Fairclough (1999) como um sistema aberto, sendo operado e governado por diversos mecanismos nas várias dimensões sociais da vida, bem como o físico, o químico, o biológico, o econômico, o social, o psicológico, o semiótico e o linguístico. Essas dimensões têm suas estruturas distintas. Outro aspecto destacado por Chouliaraki e Fairclough (1999) é a vida social enquanto prática, pois para poder interagir no mundo os sujeitos utilizam-se de recursos materiais e simbólicos, internalizando representações particulares. É importante destacar que essa visão da vida como um sistema aberto e multifacetado é fundamental para entendermos as complexidades e desafios enfrentados em meio à pandemia da COVID-19, em que as dimensões social, econômica, política e psicológica se entrelaçam e demandam respostas integradas e coordenadas para mitigar seus impactos.

De fato, a vida social é caracterizada por mudanças contínuas, sendo influenciada por uma série de fatores, incluindo discursos, gêneros e vozes. Essas práticas particulares ajudam a moldar a realidade social e podem ser analisadas de maneira aprofundada para compreender as dinâmicas e os processos sociais em jogo. Além disso, é importante destacar que o contexto social em que essas práticas ocorrem é igualmente importante para a sua compreensão, pois as práticas são moldadas pelas estruturas e normas sociais. Por isso, é necessário considerar o contexto mais amplo ao analisar práticas particulares na vida social.

De acordo com Chouliaraki e Fairclough (1999, p. 21, tradução nossa), “[...] a forma particular assumida pela articulação de recursos dentro de um momento em uma prática é moldada por sua relação com outros momentos — isto é, o efeito de sua internalização de outros

momentos”. Os autores afirmam como os recursos são articulados em uma prática particular é moldada pela relação que essa prática tem com outros momentos, ou seja, pela influência de outros contextos que foram internalizados. Isso significa que a vida social é um sistema aberto e em constante mudança, e que é preciso analisar as práticas sociais a partir da interação entre diferentes elementos e contextos.

Dessa forma, a vida social está inserida em redes de relações de poder, articuladas por categorias como a ideologia e a hegemonia. As categorias de ideologia e hegemonia estão ligadas intrinsecamente, o que corresponde com a teoria de Gramsci.

O conceito de ‘hegemonia’ de Gramsci é útil para analisar as relações de poder como dominação. O conceito de hegemonia enfatiza a importância da ideologia em alcançar e manter relações de dominação [...]. O conceito de articulação como o modo de relacionamento entre elementos (momentos) do social é usado por Laclau e Mouffe (1985) para conceituar a hegemonia do poder é vista em termos da relativa permanência das articulações dos elementos sociais, como as possibilidades inerentes de desarticulação e rearticulação (Chouliaraki; Fairclough, 1999, p. 25, tradução nossa).

O processo de articulação de elementos nas práticas sociais contribui para a reestruturação de práticas específicas, assim como para a luta hegemônica e as assimetrias de poder no discurso. Nesse sentido, a hegemonia pode ser compreendida como um processo constante de articulação que visa manter-se no poder. Um exemplo disso pode ser observado no contexto eleitoral, em que os partidos e seus aliados articulam ideologias para manterem-se no poder.

Resende e Ramalho (2019, p. 40) afirmam que “[...] a luta articulatória assim definida é uma faceta discursiva da luta hegemônica”,

ou seja, a disputa pelo poder é travada também por meio do discurso, da articulação de elementos e da construção de narrativas que buscam legitimar determinados interesses e visões de mundo. Nisso, é visto a utilização de estratégias discursivas na manutenção e transformação das relações de poder, articuladas por grupos que buscam manter-se e reproduzir-se no poder. Essas estratégias estão relacionadas à luta hegemônica, sendo usadas para alcançar e manter relações de dominação, enfatizando a importância da ideologia nesse processo. Além disso, as articulações internas também são importantes nesse contexto, já que as práticas sociais são moldadas por sua relação com outros momentos e articulações.

Partindo da premissa de que a hegemonia é construída por meio das articulações que penetram as tensões do tecido social, essa categoria colabora na análise das rachaduras ou brechas que existem em todo processo de dominação. O processo hegemônico é estabelecido pela constante desarticulação e rearticulação, intrinsecamente. Nisso, é evidenciado o aspecto dinâmico dos processos hegemônicos. Nesse contexto, a hegemonia é entendida como uma forma de poder que é mantida e transformada através das estratégias discursivas utilizadas pelos grupos para se manter e reproduzir no poder.

Fairclough (2019) lança a mão de Gramsci para aprofundar e operacionalizar o conceito de hegemonia para as pesquisas em ADC. Fairclough (2019, p. 127) defende que o conceito explorado por Gramsci:

[...] harmoniza-se com a concepção de discurso que defende e fornece um modo de teorização sobre a mudança em relação à evolução das relações de poder, que permite um foco particular sobre a mudança discursiva, mas, ao mesmo tempo, um modo de considerá-la em termos de sua contribuição aos processos mais amplos de mudança e de seu amoldamento por tais processos.

Fairclough (2019) entende a hegemonia como uma liderança no processo de dominação, seja no econômico, político, social, ideológico ou cultural. No entanto, é importante ressaltar que a hegemonia não se restringe apenas à dominação total de um grupo social sobre outro, mas também envolve a construção de consensos e a legitimação de valores e ideias em uma sociedade. Além disso, é necessário esclarecer que a hegemonia não é uma relação permanente ou imutável, mas sim uma construção histórica em constante disputa e transformação. Fairclough (2019) entende que a luta hegemônica está localizada nas instituições que permeiam a sociedade, como os setores da educação, sindicatos, família, por exemplo.

A primeira relação entre discurso e hegemonia, segundo Fairclough (1997), refere-se à forma como a hegemonia é materializada nas práticas discursivas, em uma relação dialética entre discurso e sociedade. Nesse sentido, a hegemonia é um mecanismo utilizado para manter, transformar e cristalizar correntes ideológicas por meio do discurso. Já a segunda relação diz respeito ao discurso como um dos níveis do processo hegemônico, ou seja, como um dos mecanismos que os grupos dominantes utilizam para estabelecer e manter sua posição de poder na sociedade.

Os discursos de Bolsonaro frequentemente refletem suas posições políticas e ideológicas que buscam estabelecer uma hegemonia em sua base de apoio e, ao mesmo tempo, confrontar e enfraquecer seus oponentes políticos. Em seu discurso de posse como presidente em 2019, Bolsonaro afirmou que seu governo se dedicaria a proteger os valores tradicionais da família, combater a corrupção e a violência e impulsionar o crescimento econômico do país. Esse discurso estabeleceu a hegemonia de uma ideologia conservadora e nacionalista no país.

No entanto, os discursos de Bolsonaro também são frequentemente controversos e polarizadores. Em suas declarações sobre questões de gênero, orientação sexual e direitos humanos, frequentemente geram polêmica e reações negativas de setores da sociedade que se opõem a sua visão de mundo. Assim, os discursos de Bolsonaro podem ser vistos como uma tentativa de estabelecer e manter uma hegemonia ideológica em sua base de apoio, mas que também geram resistências e desafios por parte de setores que se opõem a essa visão.

Fairclough (1989, p. 35, tradução nossa) considera a relevância do discurso na manutenção das relações de poder e nas lutas pelo poder. Isso ocorre porque aqueles que detêm o poder institucional e social também possuem “controle sobre as ordens do discurso por detentores do poder institucional e social é um fator na manutenção de seu poder”. Essa ideia pode ser ilustrada com alguns discursos do Bolsonaro, que utiliza o discurso para estabelecer e manter sua base de apoio, bem como para atacar seus oponentes políticos.

A retórica utilizada por Bolsonaro em seus discursos frequentemente busca apresentá-lo como um líder que se opõe ao *establishment* e à velha política, os quais são considerados responsáveis pelos problemas do país. Esse tipo de discurso visa construir uma imagem positiva do ex-presidente como alguém que luta contra a corrupção e o *status quo*, ajudando a manter seu apoio popular e a consolidar sua posição no poder.

Ao mesmo tempo, Bolsonaro usa esse discurso para atacar seus oponentes políticos, como a mídia, partidos de esquerda e movimentos sociais. Ele frequentemente se refere à mídia como “*fake news*” e “inimigos do povo”, o que visa desacreditar e minar a credibilidade desses meios de comunicação e fortalecer sua base de apoio entre aqueles que desconfiam

da mídia tradicional. Portanto, os discursos de Bolsonaro são exemplos de como o discurso é usado para estabelecer e manter relações de poder, bem como para lutar pelo poder e desacreditar os oponentes políticos.

Para Eagleton (2019), a ideologia é um dos principais instrumentos de instauração e manutenção da hegemonia. Ele argumenta que a ideologia é importante porque molda a maneira como as pessoas pensam e interpretam o mundo, e isso, por sua vez, afeta as suas ações e decisões. Assim, a ideologia pode ser usada para conseguir o consentimento das pessoas para as práticas hegemônicas e para justificar a desigualdade e a opressão.

Eagleton (2019) avalia que as lutas de poder não são apenas políticas ou econômicas, mas também são discursivas. Ou seja, as lutas pelo poder também ocorrem nas instâncias discursivas, como nos debates públicos, nos meios de comunicação e nas redes sociais. Por isso, é importante direcionar a luta de poder para as instâncias discursivas, para disputar a interpretação do mundo e da realidade.

Um exemplo de como Bolsonaro usa a ideologia para manter a hegemonia é a sua retórica anti-esquerdista. Em seus discursos, Bolsonaro muitas vezes constrói uma imagem de que a esquerda é uma ameaça ao país e que ele é o único capaz de proteger o Brasil dela. Esse tipo de discurso é uma forma de instaurar uma ideologia de direita e conservadora que fortalece a sua posição política e mantém o seu apoio popular. Além disso, ele usa o discurso para associar a esquerda a valores negativos, como a corrupção, a falta de ética e a falta de compromisso com a pátria, enquanto se apresenta como um líder patriótico e honesto. Dessa forma, ele direciona a luta pelo poder para as instâncias discursivas, estabelecendo uma narrativa que mantém a sua posição hegemônica.

A naturalização é um ponto-chave para estabelecer uma estrutura hegemônica, ao permitir que ideologias e relações de dominação sejam aceitas como algo natural e inquestionável. Conforme Resende e Ramalho (2019, p. 47), "a naturalização de práticas e relações sociais é fundamental para a permanência de articulações baseadas no poder".

A naturalização de práticas e relações sociais é algo bastante presente nos discursos de Bolsonaro. Por exemplo, ele frequentemente recorre a estereótipos e preconceitos em relação a minorias, como os povos indígenas e a comunidade LGBTQIA+, buscando naturalizar a discriminação e a exclusão desses grupos sociais. Além disso, Bolsonaro também utiliza uma retórica de que o Brasil precisa de um líder forte e autoritário para resolver seus problemas, naturalizando a ideia de que a democracia pode ser dispensável em certos casos e o poder deve ser concentrado em poucas mãos. Essas estratégias discursivas ajudam a reforçar sua posição de líder e manter sua base de apoio, ao mesmo tempo, em que consolidam uma visão de mundo conservadora e autoritária na sociedade.

A ideologia é um importante elemento na produção, reprodução e transformação da hegemonia. Eagleton (2019) afirma que não se pode reduzir a hegemonia a ideologia e explica:

Um grupo ou classe dominante pode assegurar o consentimento a seu poder por meio ideológicos, mas também pode fazê-lo, digamos, alterando o sistema de tributação de maneira favorável aos grupos de cujo apoio necessita ou criando uma camada de operários relativamente opulenta e, portanto, razoavelmente inerte. Ou a hegemonia pode assumir antes formas políticas que econômicas: o sistema parlamentar nas democracias ocidentais é um aspecto crucial de tal poder, já que reforça a ilusão de autogoverno por parte do populacho (Eagleton, 2019, p. 128).

Segundo Eagleton (2019), a ideologia não é único alicerce da hegemonia, que também pode ser construída, reestruturada e mantida por outros diversos aspectos políticos, econômicos, culturais e, inclusive, ideológicos. Com base nisso, Eagleton (2019) enfatiza que a ideologia é o canal no qual levam as lutas hegemônicas para o campo da significação e os modos pelos quais esses significados entram em disputas em todos os processos hegemônicos.

Eagleton (2019) enfatiza a materialidade da ideologia. Tal perspectiva propõe “[...] considerar a ideologia como um fenômeno discursivo ou semiótico [...]” (Eagleton, 2019, p. 208). Eagleton (2019) destaca que a ideologia é um dos elementos importantes na construção e manutenção da hegemonia, mas não é o único. Além dela, existem outros aspectos, como os políticos, econômicos e culturais, que também contribuem para a construção e manutenção da hegemonia. No entanto, a ideologia é um canal importante para as lutas hegemônicas no campo da significação e é por meio dela que os significados entram em disputa em todos os processos hegemônicos. Nessa ideia, Bakhtin (2014) afirma que não existem signos sem ideologia.

Todo discurso é ideológico, ao almejar uma naturalização de uma realidade ou prática particular por meio de formações discursivas. “Dizer que o enunciado é ideológico significa afirmar que está carregado de um motivo ulterior estreitamente relacionado com a legitimação de certos interesses em uma luta de poder” (Eagleton, 2019, p. 32).

Concorda-se com o pensamento de Eagleton (2019) quando destaca que os sujeitos não são meramente passivos em relação à ideologia, mas também conseguem compreendê-la e reproduzi-la conscientemente. Isso significa que os indivíduos não são totalmente determinados pela

ideologia, mas possuem um certo grau de agência e poder para questioná-la e transformá-la.

Argumenta-se que Bolsonaro minimizou a gravidade da pandemia, questionou a eficácia das medidas de isolamento social e o uso de máscaras, e promoveu medicamentos sem comprovação científica para o tratamento da doença. Muitos críticos e especialistas em saúde pública afirmam que essas posições de Bolsonaro refletem uma ideologia de negação da ciência e da gravidade da pandemia, que colocam a vida de milhões de brasileiros em risco. No entanto, para os apoiadores de Bolsonaro, essas posições podem ser vistas como uma forma de resistência à suposta "ditadura" das restrições impostas pela pandemia, uma vez que Bolsonaro frequentemente se apresenta como um líder "contra o *establishment*". Nesse sentido, supõe que os indivíduos que apoiam Bolsonaro também estão conscientes da ideologia que ele representa e promove, mesmo que essa ideologia seja vista como prejudicial pela maioria dos especialistas em saúde pública.

Na sua abordagem sociocognitiva, Van Dijk (1999, p. 92) considera a ideologia “[...] como as estruturas básicas que organizam as representações sociais nas mentes dos membros do grupo social, ou seja, em função dos objetivos sociais e políticos e interesses de grupos ou instituições”. Dentro dessa abordagem, tal conceito tem como principal função organizar as representações mentais, que se trata da concepção subjetiva individual sobre as diversas realidades. O discurso, na perspectiva socio cognitiva de Van Dijk (1999, p. 396), é o principal difusor da ideologia, ao ser pela linguagem que a ideologia pode ser “formulada explicitamente”.

Para a ADC, na concepção de Fairclough (1995, 2019), a ideologia se localiza nas estruturas ou eventos linguísticos. Ou seja, os aparatos

discursivos estão revestidos por ideologias em diversas maneiras e níveis. Ainda é ressaltado pelo autor que apesar de a ideologia se instalar no texto, “os processos ideológicos pertencem aos discursos como eventos sociais inteiros — são processos entre pessoas — não aos textos que são produzidos, distribuídos e interpretados como momentos de tais eventos” (Fairclough, 1995, p. 71, tradução nossa).

Entendo que as ideologias são significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais), que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação. [...] As ideologias embutidas nas práticas discursivas são muito eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem o *status* de ‘senso comum’ [...] (Fairclough, 2019, p. 122).

A ideologia é entendida, conforme Fairclough (1989, 1995, 2019), em sua materialização nas práticas sociais por intermédio das práticas discursivas. Para tanto, a eficácia da ideologia acontece quando é transformada em senso comum, automatizada e naturalizada. A ideologia tem êxito se a sua ação se torna menos visível para aqueles que estão sendo interpelados por ela. E esse processo acontece quando as ideologias são realocadas para o discurso.

Thompson (2011) apresenta uma visão crítica da ideologia, entendendo-a como um conjunto de práticas e formas que contribuem para a sustentação das relações de dominação por meio de trocas simbólicas. Para essa perspectiva, o discurso pode não ser necessariamente ideológico, mas pode tornar-se ideológico quando pretende a manutenção ou transformação das relações de poder. É com base nessa visão crítica da ideologia que Fairclough (2019) utiliza o conceito em sua metodologia crítica do discurso, a ADC.

Thompson (2011, p. 16) ressalta que o ponto-chave é analisar a ideologia como “sentido a serviço do poder”. Investigar os modos pelos quais as formas simbólicas cruzam com as relações de dominação. Tais formas simbólicas se apresentam em cinco modos: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. Tais *modus operandi* funcionam estrategicamente na construção simbólica.

Thompson (2011) ressalta que esses tais modos não são as únicas formas do funcionamento da ideologia, como mostra a Tabela 4.

Tabela 4. Modos de operação da ideologia

Modos gerais	Algumas estratégias típicas de construção simbólica
Legitimação	Racionalização Universalização Narrativização
Dissimulação	Deslocamento Eufemização Tropo (sinédoque, metonímia e metáfora)
Unificação	Estandarização Simbolização da unidade
Fragmentação	Diferenciação Expurgo do outro
Reificação	Naturalização Eternalização

Fonte: Thompson (2011, p. 81)

A estratégia da legitimação é fundamental na manutenção e sustentação das relações de poder assimétricas. Thompson (2011) destaca que a exigência de legitimação pode ser alcançada através de estratégias de construção simbólica, como a racionalização, universalização e narrativização, que visam apresentar as relações de poder como legítimas, justas e dignas de apoio. A racionalização usa a razão para defender e justificar as relações de poder, a universalização apresenta os interesses específicos como sendo de todos e a narrativização usa o passado para justificar o presente e as relações de poder como parte de uma tradição imutável. Essas estratégias podem ser veiculadas através de diversas formas simbólicas, como documentários, novelas e filmes.

No modo de dissimulação, as relações de dominação são sustentadas e mantidas por meio da negação, ocultação ou obscuração. Esse processo é realizado por construções simbólicas como deslocamento, eufemização ou tropo. No primeiro caso, a utilização de um termo costumeiro para se referir a um objeto ou pessoa é realocado para um novo contexto, construindo novos sentidos. No segundo caso, a dissimulação das relações de dominação ocorre “ações, instituições ou relações sociais são descritas ou reescritas de modo a despertar uma valoração positiva” (Thompson, 2011, p. 84). No terceiro caso, a estratégia ocorre por meio da utilização de figuras de linguagem, como a sinédoque (uso de um termo para juntar de forma semântica uma parte ao todo ou vice-versa, por exemplo, expressões genéricas), a metonímia (a substituição de um termo

por outro, gerando uma ligação) e a metáfora (a aplicação de um termo ou frase a um objeto ou ação à qual ele, literalmente, não pode ser aplicado) (Thompson, 2011, p. 85).

No modo de unificação, a ideologia consiste, simbolicamente, em uma interligação da identidade de uma unidade em um âmbito coletivo apesar de suas diferenças. Tal processo pode ser feito de duas maneiras: padronização (a construção simbólica de um padrão que reafirma a individualidade e ajuda em um efeito de um senso de coletividade) ou simbolização de unidade (a elaboração de símbolos compartilhados em um determinado grupo, por exemplo, hino nacional, bandeira de um país).

No modo de fragmentação, a ideologia opera na segmentação de um determinado grupo que possa se apresentar como uma ameaça para a classe dominante. Tal modo funciona de duas formas: a diferenciação (promove uma divisão entre pessoas e grupos, bem como o uso do “nós” *versus* “eles”) e a exclusão do outro (a construção do outro como um inimigo em comum, apresentando-o como algo que se deve combater, como uma ameaça comunista, por exemplo).

No modo de reificação, as relações de poder são “estabelecidas e sustentadas pela retratação de uma situação transitória, histórica, como se essa situação fosse permanente, natural, atemporal. Processos são retratados como coisas, ou como acontecimentos de um tipo quase natural” (Thompson, 2011, p. 87). Isso obscurece os aspectos sócio-históricos dos processos em questão. A reificação se materializa em três estratégias: a naturalização (apresentação de acontecimentos sociais e históricos como processos naturais), a eternalização (apresentação de acontecimentos sócio-históricos ou práticas como eventos eternos e imutáveis, como o capitalismo) e a nominalização/passivização (“[...] apagam os atores sociais e a ação tendem a representar processos como coisas ou

acontecimentos que ocorrem na ausência de um sujeito que produza essas coisas (Thompson, 2011, p. 88).

Para Thompson (2011), a ideologia é uma dimensão da vida social que influencia a maneira como as pessoas compreendem o mundo ao seu redor. Através da construção simbólica de sentidos, a ideologia consegue estabelecer uma representação da realidade que legitima e naturaliza as relações de poder existentes, bem como oculta e obscurece as contradições e conflitos presentes na sociedade.

Thompson (2011) destaca que a ideologia é uma forma de conhecimento que está sempre presente na vida social, seja nas relações interpessoais, nas práticas cotidianas ou nas instituições e organizações sociais. Isso ocorre porque a ideologia não é nada que está apenas na mente das pessoas, mas é produzida e reproduzida através das práticas sociais e culturais.

As *fake news* podem se enquadrar em diferentes modalidades de ideologia, dependendo do contexto em que são veiculadas e dos objetivos que visam alcançar. Bolsonaro utiliza de estratégias ideológicas para legitimar sua visão distorcida sobre a pandemia de COVID-19 no Brasil.

Figura 15. Bolsonaro enunciando o “fim” da pandemia



Fonte: *Lupa* (2020)

Ao afirmar que “Estamos vivendo um finalzinho de pandemia” (Figura 15), Bolsonaro utiliza a modalidade de reificação da ideologia ao retratar uma situação transitória como se fosse permanente e natural, ignorando a gravidade da situação atual. Além disso, ele utiliza a negação, ocultação e obscurecimento de dados para sustentar sua própria narrativa perante seus eleitores e aliados.

Durante a semana da fala de Bolsonaro, de 06 a 12 de setembro de 2020, o Ministério da Saúde registrou 302.950 novos casos de COVID-19, demonstrando o aumento consecutivo dos casos no país. Ao ignorar esses dados e afirmar que a pandemia estava em sua fase final, Bolsonaro utiliza a modalidade de fragmentação, ao promover uma divisão entre pessoas e grupos, distanciando-se daqueles que reconhecem a gravidade da situação. Essa prática também gera uma recontextualização da real situação da COVID-19 no país, gerando uma intertextualidade que legitima a narrativa de Bolsonaro sobre a pandemia.

Além disso, a disseminação de *fake news* sobre a pandemia pode ter como objetivo a fragmentação da sociedade, por exemplo, ao criar divisões entre aqueles que acreditam em diferentes informações sobre a doença. Isso pode contribuir para reforçar as desigualdades sociais e políticas de poder já existentes. Portanto, podemos observar que a fala de Bolsonaro se enquadra na modalidade de *fake news*, ao utilizar estratégias ideológicas para legitimar sua visão distorcida sobre a pandemia de COVID-19 e promover a desinformação em relação à situação atual no país.

Identifica-se a estratégia da dissimulação utilizada por Bolsonaro em sua fala. A dissimulação consiste em apresentar informações que, embora aparentam ser verdadeiras, escondem uma intenção manipulativa.

No caso de Bolsonaro, ele apresenta a informação de que a pandemia está chegando ao fim, o que aparentemente pode ser verdade para alguns casos específicos, mas esconde que a situação geral ainda é preocupante.

Percebe-se que a fala de Bolsonaro se enquadra em diferentes modalidades de ideologia, que visam não apenas sustentar suas posições políticas e discursos, mas também manter e reforçar relações de poder assimétricas, bem como a sua imagem pública e de seu governo. Através da negação, ocultação, obscurecimento e dissimulação, Bolsonaro manipula a realidade e as informações para sustentar sua visão de mundo e seus interesses políticos, contribuindo para a disseminação de *fake news* e para a construção de uma narrativa ideológica.

Ao não usar máscara, o ex-presidente tentou transmitir a mensagem de que a pandemia da COVID-19 não era tão grave quanto se diz e que as medidas de prevenção são desnecessárias ou exageradas. Assim, Bolsonaro tem em vista desacreditar as informações oficiais e criar uma narrativa alternativa que favoreça os seus interesses políticos.

A negação dos dados oficiais da pandemia e a difusão de informações falsas e distorcidas também são estratégias utilizadas por Bolsonaro para sustentar a sua ideologia e fortalecer a sua base de apoio. A disseminação de *fake news* sobre a eficácia de tratamentos sem comprovação científica, como a cloroquina, por exemplo, é um exemplo claro disso. Ao propagar esse tipo de informação, Bolsonaro tenta criar uma narrativa alternativa à ciência e às autoridades de saúde, e assim, deslegitimar as medidas de prevenção e o combate à pandemia em si.

A postura de Bolsonaro frente à pandemia revela uma série de estratégias ideológicas e discursivas utilizadas para sustentar a sua posição política e deslegitimar as medidas de prevenção e o combate à COVID-19. A negação, a ocultação, o obscurecimento, a dissimulação e a

disseminação de *fake news* são algumas das principais estratégias utilizadas por ele nesse processo.

Figura 16. *Discurso* de Bolsonaro classificado como falso pela *Lupa*



Fonte: *Lupa* (2020)

No contexto da *fake news* (Figura 16) que afirma que “[a hidroxiclороquina] não tem efeito colateral”, a racionalização se manifesta na justificativa de que estudos e especialistas têm apontado para a eficácia do medicamento no tratamento da COVID-19. Essa justificativa visa conferir uma aparência de racionalidade e embasamento científico à crença na eficácia da hidroxiclороquina, mesmo que, na realidade, essa crença esteja sustentada em interesses políticos, como a defesa do governo Bolsonaro, ou econômicos, como a promoção do uso do medicamento pela indústria farmacêutica. A racionalização, conforme Thompson (2011), consiste em apresentar uma justificativa racional para ações ou crenças

que, na verdade, são determinadas por interesses políticos, econômicos ou sociais.

Afirma-se que Bolsonaro utiliza-se da racionalização para obter apoio. Ao negar a eficácia das medidas de prevenção da COVID-19 e afirmar que “[a hidroxicloroquina] não tem efeitos colaterais”, ele tem em vista racionalizar e justificar sua postura frente à pandemia, apresentando-se como um defensor da liberdade individual e um opositor das restrições impostas pelas autoridades sanitárias. Com isso, ele busca obter o apoio daqueles que compartilham de sua visão e minimizar a resistência ou críticas que possam surgir em relação a suas atitudes, como mostra a Figura 17. Essa articulação indica para uma instabilidade na hegemonia de Bolsonaro, pois, segundo Fairclough (2019), a hegemonia é elaborada pelas articulações, que, por sua vez, tendem a se infiltrar nas tensões do tecido social, gerando lutas hegemônicas.

A noção de que a hegemonia é construída por meio de articulações e lutas hegemônicas se relaciona com a análise da postura de Bolsonaro em relação à pandemia. Ao negar a gravidade da situação, instigar a desobediência às medidas de proteção e promover a hidroxicloroquina como um tratamento eficaz para a COVID-19, Bolsonaro estava atuando em favor de uma determinada concepção de mundo e de interesses políticos e econômicos, em disputa com outras concepções e interesses.

Essa disputa se manifesta em tensões no tecido social, como a polarização política e as críticas ao governo, e em articulações entre diferentes atores sociais, como as relações entre o governo federal e governos estaduais, entre o governo e a imprensa, entre apoiadores e críticos do governo, entre outros. Essas articulações e tensões são elementos fundamentais na construção da hegemonia, que não é imposta

de cima para baixo, mas é construída através de uma complexa rede de relações sociais.

Figura 17. Bolsonaro defendendo o uso da cloroquina em encontro com apoiadores



Fonte: reprodução/Facebook

Na Figura 17 é registrada a estratégia política e ideológica de Bolsonaro na tentativa de conseguir o apoio dos eleitores por meio da racionalização do uso da cloroquina e negando e ocultando os efeitos colaterais do medicamento, legitimando sua estratégia no combate ao vírus da COVID-19. O cenário registrado na Figura 17 mostra as “redes de práticas interligadas” (Resende; Ramalho, 2019, p. 42), em especial, quando Bolsonaro tenta solidificar as suas alianças em busca de apoio.

A estratégia de Bolsonaro em relação ao uso da cloroquina se insere em uma luta hegemônica maior, que envolve não apenas a questão da pandemia, mas também disputas políticas e ideológicas mais amplas.

Ao racionalizar o uso da cloroquina e negar seus efeitos colaterais, Bolsonaro visa consolidar sua posição e obter o apoio de setores da sociedade que compartilham de sua visão política e ideológica.

Essa estratégia de Bolsonaro se insere em uma rede de práticas interligadas, que envolvem desde a construção de alianças políticas até a disseminação de informações por meio das redes sociais digitais. A luta hegemônica em torno da questão da pandemia e do uso da cloroquina é apenas um elemento de uma disputa mais ampla pela hegemonia política e ideológica no país. A estratégia de Bolsonaro não apenas como uma tentativa de combater a pandemia, mas também como uma forma de consolidar sua posição política e ideológica em um contexto de disputas e conflitos.

Associa-se ao conceito de pós-verdade, que se refere à tendência de as pessoas formarem opiniões e crenças com base em emoções e crenças pessoais, em vez de fatos objetivos. Bolsonaro direciona suas *fake news* para a sua bolha ideológica, sendo pessoas que compartilham de suas crenças e valores políticos, criando, assim, uma espécie de "realidade alternativa" em que as informações falsas são consideradas verdadeiras. Essa estratégia é utilizada para reforçar a sua base de apoio e manter o poder, mesmo que às custas da manipulação da verdade e da desinformação. Nesse sentido, as "redes de práticas interligadas" (Resende; Ramalho, 2019, p. 42) são importantes para a construção dessa bolha ideológica e para a manutenção da hegemonia política.

Sobre o uso da racionalização na formatação de uma determinada realidade, Charaudeau (2022, p. 24) advoga que a realidade é formada por meio da razão. Em outras palavras, “a realidade precisa sempre ser ‘formatada’ para se tornar real, e esse trabalho de formatação se faz pela via da razão, que, por sua vez, se faz pela via da linguagem [...]”.

Bolsonaro, ao utilizar a racionalização em suas falas sobre a cloroquina, busca formatar a realidade de acordo com seus interesses políticos e ideológicos, criando uma narrativa em que o medicamento é apresentado como solução para a COVID-19, mesmo diante da falta de evidências científicas que comprovem sua eficácia.

Essa formatação da realidade é direcionada para sua bolha de apoiadores, que tendem a compartilhar e validar suas crenças e ideias, mesmo diante de evidências contrárias. Isso é um exemplo do fenômeno da pós-verdade, em que a emoção e a crença pessoal são mais importantes do que os fatos objetivos e verificáveis. Portanto, a racionalização utilizada por Bolsonaro não apenas formata a realidade de acordo com seus interesses, que reforça a pós-verdade e a formação de bolhas ideológicas.

Com a estratégia de deslocamento, Bolsonaro e seus aliados utilizam um termo já conhecido e aceito pela população para criar um novo sentido, associando-o ao combate à COVID-19, mesmo que não haja comprovação científica da eficácia da cloroquina e hidroxicloroquina contra a doença. A ideologia atua na formação de uma nova realidade por meio da racionalização e deslocamento, buscando legitimar suas ações e ideias perante a sociedade.

O deslocamento se apresenta como uma estratégia de legitimação da eficácia da cloroquina no combate à COVID-19, mesmo que não haja evidências científicas que comprovem sua eficácia nesse contexto. O deslocamento também é utilizado por Bolsonaro ao atribuir a responsabilidade do enfrentamento da pandemia aos governadores e prefeitos, deslocando, assim, sua própria responsabilidade enquanto presidente do país.

Através da utilização dessas estratégias ideológicas e simbólicas, Bolsonaro busca construir uma realidade que favoreça seus interesses

políticos, reforçando sua imagem perante seus eleitores e aliados. No entanto, essas estratégias também contribuem para a disseminação de informações falsas e para a fragilização das políticas públicas de combate à pandemia, colocando em risco a vida e a saúde da população brasileira.

Trump também defendeu e afirmou que a cloroquina fosse a cura da COVID-19, apesar de estudos científicos comprovarem o oposto. O resultado de uma pesquisa publicada pelo *Journal of the American Medical Association* (JAMA) apontou que não houve diferença considerável na taxa de letalidade entre os pacientes que tomaram o medicamento e para aqueles que não receberam nenhum medicamento.

Um levantamento feito pelo *O Globo* revelou que o uso de cloroquina foi defendido por Bolsonaro em 23 discursos oficiais. Dessa forma, verifica-se que Bolsonaro foi um grande defensor do medicamento no combate a COVID-19. Em entrevista ao *Flow Podcast*, Bolsonaro admitiu que a cloroquina não tem efeito contra o vírus. Nisso, observa que ele sabe que os seus discursos acerca do uso do medicamento são, puramente, enganosos. Nesse caso, os sujeitos também podem estar cientes das ideologias que constroem, reproduzem e mantêm, como afirma Eagleton (2019).

Figura 18. Matéria desmentindo fala de Bolsonaro após chamar a COVID-19 de ‘gripezinha’



Fonte: *G1*

A matéria do *G1* intitulada “Bolsonaro diz em ‘live’ que não há vídeo ou áudio em que eu chame COVID de ‘gripezinha’; veja dois vídeos em que ele emprega o termo” (Figura 18) aponta provas em que Bolsonaro utilizou o termo ‘gripezinha’ para se referir ao vírus em diversos momentos, bem como em um pronunciamento em rede nacional e em uma entrevista no Palácio do Alvorada.

Bolsonaro utiliza a estratégia da fragmentação ao se referir à mídia como "o pessoal da mídia, a grande mídia". Com essa forma de se referir ao outro, o ex-presidente fragmenta a mídia em um grupo inimigo, que supostamente está contra ele, e evoca seus apoiadores para resistir e se opor a essa entidade. Dessa forma, a fragmentação contribui para a construção da polarização e do clima de hostilidade em torno da figura do ex-presidente e seus adversários políticos, reforçando sua estratégia de dominação e controle do discurso público.

Bolsonaro utiliza a estratégia da fragmentação para colocar a mídia como um inimigo a ser expurgado, evocando seus apoiadores a resistirem e não acreditarem nas informações veiculadas por essa fonte. Dessa forma, ele consegue manter sua base de apoio fiel e coesa, uma vez que a fragmentação gera uma polarização e uma clivagem entre os grupos que se opõem. É importante ressaltar que a fragmentação não só gera a polarização, mas também cria uma narrativa que justifica a ação dos sujeitos em resistir ao outro, considerado um perigo ou uma ameaça.

Assim, a fragmentação operada por Bolsonaro através da negação da fala atribuída a ele, e do posicionamento da mídia como um inimigo, contribui para a manutenção da sua hegemonia política, além de favorecer a disseminação de informações falsas e a descredibilização de fontes confiáveis, o que pode impactar diretamente nas decisões dos indivíduos em relação à sua saúde e segurança em meio à pandemia

Aqui, Bolsonaro constrói uma narrativa para deslegitimar o trabalho da imprensa brasileira quando, publicamente, a chama de mentirosa, sendo que o principal objetivo do jornalismo é compartilhar fatos. Dessa forma, a imprensa brasileira é representada como uma inimiga a ser combatida pelos indivíduos que prezam pela verdade. Ao deslegitimar e desacreditar o jornalismo, Bolsonaro contribui aos episódios de agressões à classe jornalística, e fere a liberdade de imprensa. Segurado (2021, p. 25), afirma que “[...] o poder discursivo de um presidente exerce força frente à população, porém não é somente o que ele fala, mas sua conduta cotidiana, seus movimentos, seus gestos”.

Em entrevista ao *site Vice*, Leandro Demori, editor-chefe do *The Intercept Brasil*, acredita que:

O Bolsonaro capitaliza toda essa descrença [na imprensa] e a usa como uma arma de guerra política. O discurso é praticamente de

incentivo à agressão desses profissionais. Não partindo dele diretamente, mas de seus eleitores e cabos eleitorais. Quando já existe esse intuito de agredir o jornalista por discordar do que a pessoa pública ou somente pelo fato dela ser jornalista, essas pessoas vão se sentir mais livres para o fazerem porque terão seu líder máximo eleito como presidente da nação. Parece óbvio que esse discurso vai ser mais naturalizado.

Essa estratégia é vista ao longo do seu governo, já que a imprensa brasileira é tratada como a inimiga número 1 de Bolsonaro, inclusive, quando se considera o aumento de ataques aos jornalistas durante o seu governo. Segundo dados do *Repórteres Sem Fronteiras* (RSF), o Brasil ocupa a 110ª posição no *ranking* mundial de liberdade de imprensa entre 181 países. Além disso, o país também é o segundo local mais perigoso para profissionais da imprensa no continente americano. Apenas em 2021, foram registrados 330 ataques à imprensa.

Um monitoramento realizado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (ABRAJI) revela que Bolsonaro e seus filhos utilizaram 801 vezes o *Twitter* para atacar a imprensa. Essa análise examinou quase 15 mil *tweets* e *retweets* efetuados por Bolsonaro, Flávio Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro e Eduardo Bolsonaro. Isso representa que o Clã Bolsonaro atacou a imprensa uma vez a cada 14 horas.

Com base na ideia de Hissa (2021), é possível perceber que as *fake news* se tornam um instrumento importante para a construção e consolidação de uma determinada ideologia, ao criar uma narrativa que reforça uma visão de mundo específica. Através da demarcação de um "nós" e de um "eles", as *fake news* colaboram para a criação de uma identidade coletiva, baseada em valores, crenças e interesses compartilhados. Dessa forma, a disseminação de *fake news* pode ter um

papel fundamental na formação de opinião e na construção de alianças políticas e sociais.

As *fake news* são formadas justamente com base nesse contexto de sedimentação das narrativas e formulação identitária de oposição “nós/eles”, uma vez que fazem parte de um conjunto de práticas que organizam a coexistência humana no contexto conflituoso produzido pelas relações políticas (Hissa, 2021, p. 48).

Ainda, Hissa (2021) ressalta o caráter de sedimentação das *fake news*, considerando que a principal característica do contexto de sedimentação é a elaboração de uma narrativa, que constrói uma identidade da oposição “nós/eles”. Nesse caso, Bolsonaro divulga *fake news* acerca da credibilidade da imprensa brasileira no intuito de expurgá-la coletivamente e tensionar a crise de confiança que o jornalismo já vem passando por parte dos indivíduos.

Existem vários exemplos de como Bolsonaro enxerga a imprensa como inimiga, e um dos mais marcantes ocorreu em março de 2021, quando o ex-presidente se recusou a conceder uma entrevista coletiva à imprensa durante a entrega de um hospital de campanha em Goiás. Ao ser questionado pelos jornalistas sobre a razão pela qual não iria falar com a imprensa, Bolsonaro respondeu: "Vocês já sabem a resposta, né? Vocês são canalhas. A imprensa brasileira é canalha. Vocês fazem um trabalho porco de informação". Esse episódio ilustra como Bolsonaro se utiliza da fragmentação e da desqualificação da imprensa como estratégias para solidificar sua base de apoio e construir a dicotomia "amigo/inimigo".

Essa visão de Bolsonaro de que a imprensa é sua inimiga é frequentemente reforçada em seus discursos e falas públicas, em que ele acusa a mídia de veicular notícias falsas e manipular informações para

prejudicá-lo. Além disso, ele utiliza constantemente as redes sociais digitais para se comunicar diretamente com seus apoiadores, evitando assim a mediação da imprensa tradicional.

Essa estratégia de Bolsonaro pode ser compreendida a partir da ideia de Thompson (2011) de que a fragmentação é utilizada para demarcar um inimigo e criar uma resistência coletiva contra ele. Ao apontar a imprensa como sua inimiga, Bolsonaro está criando um discurso que une seus apoiadores em torno de uma causa comum, a de combater a suposta manipulação da mídia.

As *fake news* também desempenham um papel importante na construção desse discurso, uma vez que elas podem ser utilizadas para desacreditar a imprensa tradicional e fortalecer a narrativa de que a mídia está trabalhando contra o ex-presidente. A dicotomia entre nós e eles é, portanto, reforçada e alimentada pela disseminação de informações falsas que servem aos interesses políticos de Bolsonaro.

Para Hissa (2021, 48), “a dicotomia ‘nós/eles’ é a alienação ideal para justificar a divulgação de *fake news* como enunciados políticos emergenciais [...] porque criamos a ficção, pelo viés do imaginário, de que o ‘eles’ ameaça a existência do ‘nós’”. De fato, a figura da imprensa como inimiga é uma das principais estratégias de Bolsonaro para a construção da sua própria narrativa e manutenção de sua base de apoio. Ele frequentemente ataca a mídia tradicional, chamando-a de *Fake News* e acusando-a de disseminar informações falsas e deturpadas sobre seu governo.

Bolsonaro visa deslegitimar os veículos de comunicação que não o apoiam, construindo um discurso de que a grande mídia é controlada por grupos políticos de oposição e que trabalham contra os interesses do Brasil e da população. Com isso, ele tenta desacreditar as informações contrárias

ao seu discurso e fortalecer sua posição como líder legítimo e único capaz de proteger os interesses da nação. Essa estratégia é mais um exemplo do uso da dicotomia “nós/eles” e da fragmentação do outro na construção da sua própria narrativa e hegemonia política.

Nesse sentido, a estratégia de Bolsonaro em utilizar as *fake news* como ferramenta para deslegitimar a imprensa e criar a figura do “inimigo” é uma forma de manter e consolidar sua própria base de apoio. Ao estabelecer uma fronteira simbólica entre “nós” e “eles”, Bolsonaro cria um grupo coeso e unido em torno de suas ideias, que se contrapõe a uma imprensa vista como manipuladora e mentirosa.

Essa estratégia de criação de inimigos é muito comum em governos populistas, que buscam manter-se no poder através do uso de discursos simplificados e polarizados, que dividem a sociedade em grupos antagônicos. Segundo um relatório do *think tank Counterpoint*, em 2018, líderes populistas em todo o mundo têm sido particularmente eficazes em criar divisões e polarização na sociedade, muitas vezes através do uso de retórica anti-elite e anti-globalização.

Uma pesquisa realizada pela organização internacional de direitos humanos *Human Rights Watch* em 2021 mostrou que os governos populistas têm uma tendência a atacar instituições e organizações independentes, como a imprensa e o judiciário, a fim de minar a sua confiança e consolidar o poder do líder populista. Portanto, a estratégia de criar inimigos e polarizar a sociedade é uma prática que pode ser muito perigosa e ameaçar a democracia e a liberdade individual.

Para esses governos, a manutenção do poder depende da construção de um inimigo comum, que possa ser usado como justificativa para a adoção de medidas autoritárias e repressivas. Assim, a utilização de estratégias ideológicas como a racionalização, o deslocamento, a

fragmentação e a criação de inimigos é uma forma de Bolsonaro buscar manter sua base de apoio e consolidar sua hegemonia, em um contexto de lutas simbólicas e assimétricas pelo poder.

As *fake news* são ferramentas ideológicas utilizadas para promover a fragmentação e a dicotomia, criando uma imagem negativa dos opositores e criando um senso de urgência na adoção de medidas para combater esses supostos inimigos. Essa estratégia é ainda mais eficaz quando combinada com a racionalização, que cria uma aparente justificativa lógica para as ações tomadas pelo líder.

A presença dessas estratégias ideológicas no discurso de Bolsonaro e em outros líderes políticos, a fim de entender como eles constroem sua hegemonia e mantêm relações de poder assimétricas. A análise crítica dessas práticas discursivas pode ajudar a desmistificar a retórica política e a promover um debate mais fundamentado em fatos e evidências.

Em suma, a presente categoria analítica visou apresentar como o uso de *fake news* pode ser compreendido como uma estratégia simbólica da ideologia no contexto político atual, tendo como exemplo as práticas discursivas do ex-presidente Bolsonaro. Identificou como as *fake news* são utilizadas para a construção e manutenção da hegemonia, por meio da criação de fronteiras simbólicas e dicotomias, como “*nós/eles*”, além da fragmentação e deslocamento, visando expurgar o outro e legitimar uma determinada realidade. Observou-se também como a imprensa é frequentemente apresentada como inimiga, sendo demonizada e combatida.

ENUNCIADOS FINAIS

A disseminação de informações falsas sobre a COVID-19 por líderes políticos é uma preocupação mundial. No Brasil, infelizmente, o ex-presidente Jair Bolsonaro tem sido um dos principais propagadores de desinformação sobre o tema desde o início da pandemia. Essa postura de Bolsonaro tem consequências graves na saúde pública, já que suas declarações contrariam as recomendações de especialistas e órgãos de saúde, que orientam a população sobre as medidas preventivas e os tratamentos comprovados cientificamente para combater a doença.

No decorrer deste estudo, observou-se que a instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em 2020 foi amplamente constatada pela *Agência Lupa*. Em um contexto de pós-verdade, o ex-presidente brasileiro usou diversas estratégias discursivas, como o próprio discurso, a intertextualidade, a interdiscursividade, a modalidade, a avaliação, a ideologia e a hegemonia. A instrumentalização da desinformação política por meio das *fake news* é uma estratégia utilizada por governos e grupos políticos para moldar a opinião pública e manter-se no poder, muitas vezes em detrimento da verdade e da democracia. No caso do governo de Bolsonaro, a disseminação de *fake news* e a construção de inimigos imaginários, como a mídia e os opositores políticos, são formas de reforçar a sua hegemonia e se manter no poder. Isso tem sérias implicações para a democracia e a

liberdade de imprensa, além de prejudicar a sociedade ao propagar informações falsas e distorcidas.

A instrumentalização política da desinformação por meio dos discursos pode ser entendida como uma estratégia de manipulação da linguagem para o alcance de objetivos políticos específicos. Para Fairclough (2003, 2019), a linguagem é uma prática social que reflete e molda as relações de poder na sociedade. Nesse sentido, a desinformação é uma ferramenta para a manutenção ou mudança de uma determinada ordem social. Os discursos políticos de Bolsonaro em relação à pandemia da COVID-19, que se utilizaram de informações falsas e distorcidas, podem ser entendidos como uma instrumentalização da desinformação visando manter sua base de apoio e fortalecer sua posição política. É possível afirmar que a manipulação da linguagem ocorre por meio de estratégias discursivas que incluem desde a escolha de palavras até a construção de narrativas e a utilização de recursos de persuasão.

Os discursos de Bolsonaro se valeram de uma série de estratégias discursivas para instrumentalizar a desinformação, como a construção de narrativas de conspiração, o uso de argumentos de autoridade sem respaldo científico, a desqualificação de fontes confiáveis de informação e a utilização de apelos emocionais para atingir sua base eleitoral. Todas essas estratégias visaram moldar a percepção dos eleitores em relação à pandemia e, conseqüentemente, influenciar suas escolhas políticas. Assim, pode-se afirmar que a instrumentalização política da desinformação por meio dos discursos de Bolsonaro se relaciona com a ideologia, na perspectiva de Thompson (2011), e com a manipulação da linguagem, pelas óticas de Charaudeau (2022) e Fairclough (2019). Ambos os autores destacam a importância do discurso na construção e manutenção das relações de poder na sociedade, demonstrando como a desinformação pode

ser utilizada como uma estratégia política para o alcance de objetivos específicos.

A instrumentalização política da desinformação por meio dos discursos de Bolsonaro sobre a COVID-19 pode ser entendida como uma estratégia para construir e manter a sua identidade política, bem como para consolidar a sua relação de poder com seus seguidores e enfraquecer seus opositores. Além disso, a desinformação é utilizada por Bolsonaro como uma forma de criar uma narrativa específica sobre a pandemia, conveniente para seus interesses políticos e ideológicos. Essa narrativa inclui a minimização da gravidade da pandemia, a promoção de tratamentos ineficazes como a cloroquina e a hidroxicloroquina, a desvalorização das medidas de isolamento social e o enfraquecimento das instituições que lidam com a pandemia, como o Ministério da Saúde e a imprensa. Nesse sentido, a instrumentalização política da desinformação por meio dos discursos de Bolsonaro é uma forma de manipulação da opinião pública e de criação de uma realidade paralela, que se alinha com seus interesses políticos e ideológicos. A desinformação é utilizada como um recurso estratégico para reforçar sua posição de poder e para desacreditar qualquer voz discordante.

A instrumentalização da política por Bolsonaro, através da utilização das *fake news* como estratégia discursiva, pode ser relacionada com a categoria de ideologia na perspectiva de Thompson (2011), uma vez que há uma construção e reprodução de um discurso que visa manter e reforçar as relações assimétricas de poder do *status quo*. Isso ocorre através da criação de uma dicotomia entre "nós" e "eles", onde "eles" são vistos como inimigos que ameaçam a existência de "nós". Essa estratégia é utilizada para mobilizar o apoio de seus seguidores e deslegitimar qualquer fonte de informação que vá contra seus interesses políticos.

Através dessa perspectiva ideológica, a instrumentalização da desinformação política como um meio de manutenção do poder de Bolsonaro e de seu governo. Através da construção de um discurso de desacreditização da imprensa e de deslegitimação de fatos científicos, o ex-presidente visou construir uma narrativa que se adéque aos seus interesses políticos, desconsiderando a gravidade da pandemia e minimizando as medidas de prevenção e combate à COVID-19.

A instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro em seus discursos políticos sobre a pandemia da COVID-19 em 2020 pode ser compreendida como uma estratégia ideológica para a manutenção do poder e da hegemonia política do grupo a que pertence. Essa estratégia se utiliza de diferentes *modus operandi* da ideologia, como a fragmentação, o deslocamento, a racionalização e a construção da dicotomia "nós" e "eles", para moldar e formatar a realidade de acordo com seus interesses políticos.

A instrumentalização da política por meio da ideologia pode ser compreendida como uma estratégia discursiva que visa sustentar e fortalecer as posições de poder e as relações assimétricas entre grupos sociais, ao mesmo tempo, em que legitima e naturaliza as desigualdades sociais e ações governamentais. A compreensão dessa dinâmica é fundamental para o desenvolvimento de estratégias de combate à propagação de informações falsas e ao discurso ideológico que sustenta ações políticas controversas e prejudiciais para a sociedade.

A modalidade é um aspecto importante para a instrumentalização das *fake news*. De acordo com Maingueneau (2008), a modalidade é como o sujeito se posiciona em relação ao que é enunciado, indicando graus de certeza, dúvida, possibilidade, entre outros. Bolsonaro costuma utilizar uma modalidade assertiva, com afirmações categóricas e sem margem para

questionamentos, o que pode levar o público a acreditar nas informações falsas propagadas por ele.

A avaliação também é uma categoria discursiva que se faz presente na instrumentalização das *fake news* por Bolsonaro. Segundo Fairclough (2003), a avaliação refere-se aos julgamentos de valor que os sujeitos fazem em relação a determinado objeto, pessoa ou evento. Bolsonaro frequentemente desqualifica a imprensa e outras autoridades que contestam suas informações falsas, caracterizando-os como inimigos ou incompetentes, e, ao mesmo tempo, elevando a si como a única fonte confiável de informações. Esse processo de avaliação visa a legitimar suas informações falsas e deslegitimar as fontes que as contestam.

Por meio da modalidade e da avaliação, Bolsonaro estabeleceu uma verdade única, em que apenas suas opiniões e suas fontes eram confiáveis, desacreditando qualquer informação contrária ou que ameaçasse a manutenção do seu poder. Tudo isso contribuiu para uma instrumentalização da desinformação política, em que as *fake news* foram usadas como uma estratégia de comunicação política para manipular e controlar a opinião pública.

Outra estratégia discursiva utilizada por Bolsonaro para a instrumentalização das *fake news* foi a intertextualidade. Segundo Fairclough (2019), a intertextualidade é a relação de sentido que um discurso estabelece com outro discurso já existente, por meio de citações, referências ou alusões. Bolsonaro frequentemente utiliza em seus discursos informações falsas que foram previamente divulgadas em redes sociais digitais, muitas vezes sem fontes confiáveis ou embasamento científico, e as apresenta como verdadeiras para reforçar seus argumentos.

Ao longo dos debates e análises apresentados pelo presente livro é possível afirmar que as *fake news* são construídas no intuito de corroborar

ou legitimizar ideologias por meio do discurso. No caso de Bolsonaro, as *fake news* são instrumentalizadas para fins políticos, que asseguram relações de poder em contexto de desinformação gerado pela pós-verdade. A partir deste livro também se afirma que as *fake news* acabam determinando a pauta do jornalismo e das agências de checagem à medida que essas instituições as desmentem. Dessa forma, as *fake news* acabam controlando esse cabo de guerra.

A atuação da *Lupa* na checagem de fatos e desmentido de *fake news* é um importante exemplo de como o jornalismo pode contribuir para combater a desinformação e resgatar a credibilidade junto ao público. Em tempos de crise de confiança na mídia, a *Lupa* se tornou uma referência na checagem de informações e, assim, colaborou para o fortalecimento do jornalismo baseado em fatos e na verificação das informações. Além disso, a atuação da *Lupa* também influenciou outras iniciativas de checagem de fatos e ajudou a criar uma cultura de checagem e verificação de informações no jornalismo brasileiro.

A influência da *Lupa* no jornalismo em tempos de crise de credibilidade devido às *fake news* em diversos aspectos. Em primeiro lugar, a agência se tornou uma referência no combate à desinformação no Brasil, sendo frequentemente citada por veículos de comunicação tradicionais e sendo considerada uma fonte confiável de checagem de fatos. Além disso, a *Lupa* contribuiu para o fortalecimento do jornalismo de dados e de checagem de informações, levando a uma maior profissionalização da atividade jornalística no país.

O combate da *Lupa* às *fake news* durante a pandemia da COVID-19 é uma tentativa de recuperar a confiança do público no jornalismo. Com o crescimento da desinformação e da polarização política, muitas pessoas passaram a duvidar das informações divulgadas pelos meios de

comunicação tradicionais. Nesse sentido, a *Lupa*, ao verificar e desmentir as informações falsas disseminadas sobre a pandemia, reforça a importância do jornalismo profissional na checagem dos fatos e na produção de conteúdo confiável e de qualidade. A atuação da *Lupa*, portanto, contribui para a promoção de uma cultura de checagem e verificação de informações, que pode ajudar a reconstruir a confiança do público no jornalismo.

Além dos fatores jornalísticos que motivam a *Lupa* a combater a desinformação, como o compromisso com a verdade e a transparência, é importante destacar que a empresa também tem interesses econômicos nessa empreitada. A *Lupa* é uma empresa que vende checagens de dados para diversos clientes, como empresas e organizações, e a desinformação pode afetar negativamente sua imagem e, conseqüentemente, sua capacidade de vender seus serviços. A *Lupa* também pode se beneficiar financeiramente do aumento da demanda por checagens de dados decorrente do aumento das *fake news*. Nesse sentido, a luta contra a desinformação é também uma oportunidade de negócio para a empresa.

Vale ressaltar que a *Lupa* afirma ter um compromisso com a ética jornalística e com a verificação imparcial dos fatos, buscando sempre a objetividade e a neutralidade na análise das informações. Dessa forma, embora a motivação da *Lupa* para combater a desinformação seja multifacetada, envolvendo tanto a defesa da verdade e da transparência quanto interesses econômicos, é importante destacar que a empresa mantém um padrão de qualidade e rigor na verificação dos fatos, atuando como um importante aliado na luta contra as *fake news* e na busca pela informação confiável e de qualidade.

O contexto de desinformação e pós-verdade é marcado pela facilidade de acesso a informações e a ampla disseminação das mesmas

por meio das redes sociais digitais e outras plataformas digitais. Isso gera um cenário propício para a produção e proliferação de *fake news*, sendo informações falsas criadas com o intuito de enganar ou manipular a opinião pública. Além disso, a desconfiança em relação aos meios de comunicação tradicionais e a falta de credibilidade nas informações que eles veiculam contribuem para o aumento da propagação de *fake news*. As pessoas tendem a buscar informações em fontes que corroboram suas opiniões e visões de mundo, favorecendo a disseminação de informações distorcidas ou inverídicas.

Muitas pessoas tendem a acreditar em informações que confirmam suas crenças e valores pessoais, mesmo que essas informações sejam falsas. Essa tendência é conhecida como viés de confirmação e contribui para a proliferação de informações falsas, já que as pessoas têm mais propensão a compartilhar e acreditar em informações que se alinham com suas visões de mundo. Outro fator que contribui para a produção e proliferação de *fake news* é a falta de capacidade crítica de grande parte da população, que não sabe como verificar a veracidade das informações que recebe. Isso é ainda mais grave em um contexto em que a desinformação é utilizada com fins políticos e ideológicos, como ocorre frequentemente. Vale destacar que o contexto de desinformação e pós-verdade é influenciado pelos avanços tecnológicos e pela facilidade de acesso à *internet*. Com isso, as informações falsas podem se espalhar de forma ainda mais rápida e atingir um público ainda mais amplo. Essa conjuntura exige, portanto, medidas efetivas para combater a desinformação e promover a educação crítica da população, especialmente em relação à verificação de informações na *internet*.

Durante as análises, fica evidente que o discurso é a ferramenta que conecta os diferentes contextos que favorecem tanto as declarações de

Bolsonaro quanto às técnicas de verificação de fatos da *Lupa*. Isso ocorre porque as *fake news* são geradas no campo discursivo, assim como sua desmontagem ocorre por meio da checagem de fatos da agência, que também se dá no âmbito discursivo.

A produção e disseminação de *fake news* e a verificação de fatos são fenômenos intrinsecamente ligados ao contexto social em que ocorrem. As *fake news* são geradas a partir de interesses políticos, ideológicos e financeiros, e são disseminadas através de redes sociais digitais e outros meios de comunicação. Por outro lado, a verificação de fatos é uma prática que visa combater a disseminação de informações falsas e garantir que as pessoas tenham acesso a informações precisas e confiáveis.

Nesse sentido, o discurso é fundamental para a compreensão dos processos de produção e disseminação de *fake news*, bem como para a prática de checagem de fatos. A Análise de Discurso Crítica permite identificar os elementos discursivos utilizados na produção de *fake news* e na verificação de fatos, assim como as estratégias discursivas utilizadas para persuadir e convencer os interlocutores.

De um lado, o contexto que ampara o discurso de Bolsonaro é, justamente, o ambiente fértil na proliferação de *fake news* no tecido social. Em virtude disso, as *fake news* são transformadas em instrumentos políticos, processo chamado de instrumentalização das *fake news* na política. Isso porque, segundo D’Ancona (2018, p. 80), o contexto de pós-verdade favorece à emoção ao invés das evidências, e que a “mentira pode ser um meio de recuperar o poder”. Políticos como Bolsonaro constroem práticas discursivas que fazem com que os seus aliados criem laços emotivos com os seus discursos com o uso das redes sociais digitais. Há uma inexistência da verdade nos discursos de Bolsonaro. É evidente também por meio das análises a consciência de Bolsonaro das *fake news*

que o mesmo produz em seus discursos políticos. A articulação da hegemonia de Bolsonaro acontece por meio das *fake news* analisadas.

Por outro lado, o contexto que ampara as atitudes da *Lupa* é devido à instrumentalização das *fake news* por parte de um campo específico da política, como a extrema-direita e a direita, liderada por nomes como Bolsonaro e Trump. A instrumentalização das *fake news* na política legitima e favorece a utilização e a criação de agências de checagem, que utilizam as técnicas de *fact-checking* em relação ao compartilhamento de *fake news* nas redes sociais. No entanto, é notado que a *Lupa* acaba sendo pautada pelas *fake news* ao tentar suprir a demanda em desmentir determinados conteúdos enganosos. É preciso pontuar que além dos fatores jornalísticos, também existem os fatores econômicos que levam a *Lupa* a combater a desinformação.

Apesar de ser uma ferramenta importante no combate à desinformação, o *fact-checking* por si só não é suficiente para enfrentar o problema das *fake news*. Isso porque a desinformação é um fenômeno complexo que envolve não apenas a produção e disseminação de informações falsas, mas também questões sociais, políticas, culturais e tecnológicas. Além disso, muitas vezes a desinformação é intencional e produzida por grupos organizados que visam atingir objetivos políticos, econômicos ou ideológicos, e que usam estratégias sofisticadas para enganar as pessoas. Nesses casos, a simples checagem dos fatos pode não ser suficiente para desmascarar a desinformação e evitar que ela se espalhe. Por isso, é importante que o combate às *fake news* envolve não apenas o *fact-checking*, mas também outras estratégias, como a promoção da educação midiática e digital, o fortalecimento do jornalismo independente e de qualidade, a regulação das redes sociais digitais e a conscientização da sociedade sobre os riscos da desinformação. É necessário um esforço

conjunto de diversos atores sociais para enfrentar esse desafio complexo e multifacetado.

Mesmo com a existência de ferramentas como o *fact-checking*, ainda há muitos desafios para combater as *fake news*. Uma das dificuldades é a rapidez com que as informações falsas são disseminadas nas redes sociais digitais e aplicativos de mensagens, muitas vezes antes mesmo que as checagens possam ser feitas. Além disso, as pessoas muitas vezes não confiam em veículos de comunicação tradicionais e em agências de checagem de fatos, o que pode levar a uma rejeição das informações corretas em favor de narrativas falsas que confirmem suas crenças e valores.

Outro desafio é a falta de transparência em relação às fontes e financiamentos das informações divulgadas nas redes sociais digitais, dificultando a identificação dos responsáveis pela disseminação de *fake news*. A manipulação algorítmica e o uso de *bots* também são estratégias cada vez mais sofisticadas utilizadas para amplificar o alcance das informações falsas. O *WhatsApp* e o *Telegram* continuam sendo as plataformas digitais que mais contribuem na disseminação da desinformação. Portanto, é importante ressaltar que a desinformação não é um problema exclusivo da esfera virtual, mas também é alimentada por discursos políticos e ideológicos que buscam manipular e distorcer a realidade em benefício próprio. É preciso uma abordagem multidisciplinar e abrangente para combater a desinformação, envolvendo jornalistas, pesquisadores, empresas de tecnologia, governos e a sociedade civil.

Lançando mão de Rancière (2014, p. 103), é necessário “[...] despolitizar os assuntos públicos, situá-los em lugares que sejam não lugares, e não deixam espaço para a invenção democrática de lugares polêmicos. Assim, os Estados e seus especialistas podem se entender

tranquilamente entre si [...]”. Partindo dessa reflexão, é possível escrever que o governo Bolsonaro já encontra no próprio jogo democrático uma certa passabilidade em utilizar as *fake news*, enquanto um instrumento de despolitizar assuntos públicos e considerados polêmicos. Seria um resultado do processo que Rancièrè (2014, p. 103) denomina de “[...] a compulsão a se livrar do povo e da política [...]”.

O trecho citado de Rancièrè (2014) aborda a importância da politização dos assuntos públicos e da criação de lugares polêmicos para a invenção democrática. Porém, o governo Bolsonaro utilizou de *fake news* como instrumento de despolitização de assuntos polêmicos, uma vez que elas são disseminadas em lugares que não permitem debates e questionamentos democráticos, gerando uma certa passabilidade para o governo. Esse processo de despolitização, conforme Rancièrè (2014), se trata da compulsão a se livrar do povo e da política, o que pode ter consequências graves para a sociedade e para a própria democracia. Portanto, é importante ressaltar a necessidade de enfrentar e combater a disseminação de *fake news*, a fim de manter a politização dos assuntos públicos e garantir o exercício democrático.

Lamentavelmente, devido à falta de investimentos em ciência e tecnologia em muitos países, incluindo o Brasil, a pandemia da COVID-19 pegou muitos governos despreparados. A desinformação e as *fake news*, que se espalham rapidamente pelas redes sociais digitais, dificultam ainda mais o combate efetivo e enfrentamento da doença. Além disso, é preocupante ver a institucionalização das *fake news* por parte de veículos públicos, inclusive com a participação do ex-presidente, que contribui para a influência da desinformação.

Felizmente, há esforços para combater esse problema, como o projeto de lei que está em tramitação na Câmara dos Deputados, conhecido

como “Lei das *Fake News*”. No entanto, a aprovação do PL das *Fake News*, embora importante, não é suficiente para combater a disseminação de informações falsas. É fundamental que a sociedade se conscientize sobre a gravidade das informações falsas e busque fontes de informação. Além disso, é importante que as empresas de tecnologia sejam responsáveis pelas redes sociais digitais, onde as *fake news* são amplamente difundidas, também assumem um papel ativo no combate à desinformação, implementando medidas mais rigorosas para a verificação e remoção de conteúdo falso.

Cabe ressaltar também a importância da educação midiática para as pessoas poderem desenvolver habilidades críticas para identificar e evitar o controle de notícias falsas. O papel dos veículos de comunicação tradicionais também é fundamental para combater a desinformação, promovendo a checagem de fatos e a divulgação de informações monitoradas e verificadas. Portanto, é necessário um esforço conjunto de toda a sociedade para combater as notícias falsas e a desinformação, garantindo que as informações corretas e permaneçam sejam disseminadas e que o enfrentamento da pandemia seja feito com base em dados precisos e garantidos cientificamente.

Com certeza, o letramento digital é fundamental para combater a desinformação na *internet* e nas redes sociais digitais. Esse tipo de habilidade envolve a capacidade de identificar notícias falsas e conteúdos manipulados, bem como de buscar informações em fontes atraentes. É importante que a população seja educada para entender como funciona a produção de conteúdo na *internet*, as técnicas utilizadas para enganar o público e o controle para se proteger contra a disseminação de notícias falsas. É essencial que as escolas e os órgãos garantam invistam em

programas de educação digital para garantir uma sociedade mais competitiva e consciente.

A análise de problemas sociais em diferentes períodos históricos é crucial para entender como essas questões afetam a sociedade. Nesse sentido, este livro se coloca como uma ferramenta relevante para a compreensão dos efeitos da desinformação e do contexto de pós-verdade na sociedade contemporânea. Ao contribuir para os debates sobre esse fenômeno social, espera-se que este trabalho possa servir de base para outras pesquisas e construção de novas sínteses acerca do tema, estabelecendo assim uma cadeia intertextual que amplia o conhecimento sobre a temática e suas implicações.

Acredita-se que a importância de estudar a desinformação e a pós-verdade seja ainda mais relevante atualmente, já que se vive um momento em que a propagação de informações falsas tem sido intensa, especialmente no contexto da pandemia da COVID-19. Essa situação tem gerado impactos negativos na saúde pública e na tomada de decisão dos governos e da população em geral.

Compreender os fenômenos sociais é essencial para o desenvolvimento de soluções efetivas para os problemas enfrentados pela sociedade. Nesse sentido, o presente livro tem em vista contribuir para o entendimento da desinformação e do contexto de pós-verdade, dois fenômenos que têm afetado significativamente a esfera pública. Além disso, por meio da análise de casos específicos, como a disseminação de *fake news* pelo ex-presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia da COVID-19 em 2020, busca-se tensionar o debate em torno da temática. Espera-se que este trabalho possa contribuir para o debate e o desenvolvimento de estratégias efetivas para combater a desinformação e proteger a informação de qualidade e a democracia.

Espera-se que este estudo possa contribuir para a reflexão sobre a importância da luta contra a desinformação em nossos tempos, em que a informação é uma mercadoria valiosa e a manipulação da verdade pode ser usada como arma política. A atuação da *Lupa*, com seu compromisso em verificar e checar informações, pode servir de exemplo para outras iniciativas no combate às *fake news*. No entanto, é preciso também reconhecer que essa não é uma tarefa fácil e que ainda há muito a ser feito para garantir que a população tenha acesso a informações confiáveis e de qualidade.

É fundamental haver políticas públicas que incentivem a educação midiática e digital, promovendo o pensamento crítico e a capacidade de discernimento dos indivíduos. Também é necessário o desenvolvimento de tecnologias e ferramentas que auxiliem na detecção e combate às *fake news*, bem como a regulamentação adequada das plataformas digitais, responsáveis pela disseminação em larga escala dessas informações falsas. É preciso lembrar que a desinformação não é um problema novo, mas que a tecnologia e as redes sociais digitais ampliaram sua capacidade de disseminação. Assim, o combate às *fake news* deve ser entendido como uma luta contínua, que exige esforços constantes e colaborativos de todos os setores da sociedade.

É de suma importância pesquisas como o do presente livro sejam realizadas, a fim de fornecer um olhar crítico e aprofundado sobre o fenômeno da desinformação e da pós-verdade, e contribuir para a produção de conhecimento e para a formação de uma sociedade mais consciente e informada. Além disso, essa pesquisa também pode servir como base para a construção de políticas públicas e estratégias de combate à desinformação, tanto no âmbito do jornalismo quanto em outras esferas sociais.

Compreender os efeitos sociais da desinformação e do contexto de pós-verdade é fundamental para a construção de uma sociedade mais crítica e consciente, capaz de lidar com os desafios do mundo contemporâneo. Nessa concepção, é importante que pesquisadores, jornalistas e demais atores sociais se engajem nesse debate e busquem soluções que garantam o acesso à informação de qualidade e a promoção do pensamento crítico. Somente assim poderemos construir uma sociedade mais justa e democrática, em que a verdade seja valorizada e a desinformação não tenha espaço para se proliferar.

Por fim, destaca-se que a produção acadêmica que se dedica a compreender e combater a desinformação é fundamental para a construção de uma sociedade mais crítica e informada. Através da análise e divulgação de informações precisas, é possível contribuir para o fortalecimento da democracia e para a melhoria das condições de vida da população. Assim, o presente livro se soma a outros trabalhos que buscam entender e enfrentar os desafios impostos pela desinformação em um contexto de pós-verdade, e espera contribuir para o avanço dos debates e ações nesse campo tão importante para a sociedade.

REFERÊNCIAS

ALMADA, A. E. R. DE. A era da pós-verdade no cenário político contemporâneo. São Paulo: **Revista Internet & Sociedade**, v. 2, n. 1, junho de 2021, p. 116-134. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2021/07/A-era-da-pos-verdade-no-cenario-politico-contemporaneo-1.pdf>. Acesso em: out. 2022.

ALVES, M. A. S. MACIEL, E. R. H. **O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto**. 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/o-fenomeno-das-fake-news-definicao-combate-e-contexto/>. Acesso em: ago. 2022.

AMAZEEN, M. Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. **Critical Review**, v. 27, p. 1– 22, 2015.

AMAZEEN, M. Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. **Critical Review: A journal of politics and society**, Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63637756/Amazeen2015_Revisiting_the_Epistemology_of_Fact_Checking-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1667091939&Signature=g4eWmvol~HnaTEPapeIt0GY72HAbFMK-Jjmw7ZHFxgEFapE3S8PDKvJeqT6Jpoi~PXQBNmgV~IYj65qVklP9Q2IRXqkW5MhwcN78c6-s~gO5hnwdP1g0v9xkgBOwozSRdaBxzMKCet-XhE9UhPIRS~DQ7g7nhx7coCzsaGXEsc1l5mukEAwdjtDIzjJj7jyIvVIRhuo-7s0MRdvpvgPo8rqdmKy3vGbHX4q8OoRofm4C~FzyeB8DNSTsmNjt6hw~ZeaemUfhf3drrNScstluMrFSfPhalXhYZP5FEPiBZAE4xy3s~TBuq4pf5Mh

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Editions Galilée, 1981.

BAKHTIN, M. (VOLOCHÍNOV, V. N). **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 16. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

BECKER, B.; GOES, F. M. A. Fake news: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística. **Revista Latino-americana de Jornalismo**, v. 7, n. 1, p. 34–53, 2020.

BOITO JR., A. O neofascismo no Brasil. **Boletim LIERI**, UFRRJ, n. 1, maio 2019. Disponível em: <https://laboratorios.ufrj.br/lieri/wp-content/uploads/sites/7/2019/05/Boletim-LIERI-n-1-2019.pdf>. Acesso em: abr. 2023.

BOUNEGRU, L. **A field guide to fake news**: a collection of recipes for those who love to cook with digital methods. Amsterdã: Public Data Lab, 2017.

BUCCI, E. News não são fake – e fake news não são news. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, Cobogó, 2019, p. 37–48.

CHARAUDEAU, P. **A manipulação da verdade**: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade. Trad. Dóris de Arruda C. da Cunha, André Luís de Araújo. São Paulo: Contexto, 2022.

CHARAUDEAU, P. **Discurso político**. São Paulo: Contexto, 2006.

CARTACAPITAL. **Pós-verdade**: o conceito político da moda é equivocado. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/vanguardas-do-conhecimento/o-conceito-politico-da-moda-pos-verdade-e-equivocado/>. Acesso em: jun. 2022.

CARVALHO, E. O processo de circulação das fake news. In: RAIS, Diogo. **Fake news**: a conexão entre a desinformação e o direito. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2020. Disponível em: <https://thomsonreuters.jusbrasil.com.br/doutrina/secao/1153090740/o-proc-esso-de-circulacao-das-fake-news-estado-fake-news-e-responsabilidade-fake-news-a-conexao-entre-a-desinformacao-e-o-direito>. Acesso em: out. 2022.

CARVALHO, R. Notícias falsas ou propaganda?: Uma análise do estado da arte do conceito fake news. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 7, n. 13, 2019, p. 21–30.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAPMAN, M. **Fake news, echo chambers, and filter bubbles**: what you need to know. 2017. Disponível em: <https://www.betterinternetforkids.eu/web/portal/practice/awareness/detail?articleId=1990814>. Acesso em: nov. 2022.

COSTA, A. O Jornalismo entre a Luz e a Sombra: a insuficiência simbólica do Fact-Checking como resposta ao presente. **Revista Educação, Cultura e Comunicação**, v. 13, n. 26, p. 457-467, 2022.

Disponível em: <http://fatea.br/seer3/index.php/ECCOM/article/view/1939>. Acesso em: ago. 2022.

DAMASCENO, D. R. **Marcas da mediatização no jornalismo fact-checking**: um estudo sobre a cobertura da pandemia de COVID-19 realizada por Agência Lupa e Aos Fatos. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea). Faculdade de Jornalismo, Universidade Federal da Bahia. Bahia, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/36046>. Acesso em: abr. 2023.

DAMASCENO, D. PATRÍCIO, E. Jornalismo e Fact-checking: fontes oficiais na base da checagem e critérios não explicitados na seleção do que checar orientam a análise de Aos Fatos e Agência Lupa. In: **Anais do XXIX Encontro Anual da Compós**, 2020, p. 1–24. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_QO9GOSFIK2N0BXC1990P_30_87_00_26_02_2020_15_50_50.pdf>. Acesso em: ago. 2022.

DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

DINIZ, A. T. M. Fact-Checking no Ecosistema Jornalístico Digital: Práticas, Possibilidades e Legitimação. **Mediapolis**: revista de comunicação, jornalismo e espaço público. Coimbra: n. 5, 2018. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_5_2/4314. Acesso em: out. 2022.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Trad. Carlos Szlak. 1. ed. Barueri: Farol Editorial, 2018.

DOURADO, J. L. ALENCAR, M. T. Agência Lupa: Fact-checking como modelo de negócio na internet. **Revista Comunicação & Ação**: v. 21, n. 46, 2020.

DUKE 'S REPORT LAB. **Fact-checking**. s/d, online. Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em: jul. 2022.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. Trad. Silvana Vieira e Luís Carlos Borges. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2019.

FALCÃO, P. SOUZA, A. B. **Pandemia de desinformação**: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. 2021. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2219>. Acesso em: ago. 2022.

FRANCISCO, K. C. O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?. **Prisma.com** (Portugal), n. 12, p. 193-218, 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/71847>. Acesso em: out. 2022.

FRANCISCATO, C. E. Um Agudo Diagnóstico do Jornalismo: entre o desenvolvimento e a inovação. In: SILVA, Fernando F.; SOUSA, Joana B.; NUNES, Pedro. **Escutas sobre o Jornalismo**. 2017, p. 85-87. E-book. Postado em Ancora -Revista Latino-Americana de Jornalismo, João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, v. 4, n. 2, 2017.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. 2. ed. 1. reimpr. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2019.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: textual analysis for social research. London; New York: Routledge, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Análise crítica do discurso como método em pesquisa social científica**. Trad. de Iran F. de Melo. Linha d'Água, v. 25, n. 2, p. 307-329, 2012.

FAIRCLOUGH, N. Discurso, mudança e hegemonia. In: Pedro, E. R. (org). **Análise crítica do discurso**: uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Caminho, 1997.

FAIRCLOUGH, N. **Critical discourse analysis**: the critical study of language. New York: Longman Publishing, 1995.

FAIRCLOUGH, N. **Language and power**. New York: Longman Publishing, 1989.

FERNANDES, S. **Sintomas mórbidos**: a encruzilhada da esquerda brasileira. São Paulo: Autonomia Literária, 2019.

FERREIRA, J. M. Redes, sociedade informacional e internet: os usos políticos do on-line na contemporaneidade a partir da massificação de pós-verdade e de fake news. **Revista Novos Rumos Sociológicos**, v. 7, nº 12, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/NORUS/article/view/18090/11104>. Acesso em: fev. 2023.

FERREIRA, N. A. **COVID-19 e desinformação como fenômeno global: uma visão a partir do fact-checking.** Disponível em: <https://publicacoes.ciac.pt/index.php/rotura/article/view/74/59>. Acesso em: abr. 2023.

FONTANA, M. Z. Pós-verdade e a enunciação política: entre a mentira e o humor. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos. **Discurso e (pós)verdade.** 1. ed. São Paulo: Parábola, 2021.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** 42. ed. Petrópolis: Vozes, 2014a.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber.** Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014b.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso.** Trad. Laura Fraga de Almeida. 24. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014c.

FOER, F. **O mundo que não pensa.** Rio de Janeiro: LeYa, 2018.

GABLER, N. **The Elusive Big Idea.** The New York Times. 2011. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2011/08/14/opinion/sunday/the-elusive-big-idea.html>. Acessado em: jun. 2022.

GRAVES, L. **Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism.** Nova York: Columbia University Press, 2013. 336 p.

GRAVES, L. Anatomy of a Fact Check: objective practice and the contested epistemology of fact checking. **Communication, Culture & Critique**, [S. l.], v. 10, n. 3, p. 518–537, 27 out. 2016.

GOMES, N. L. C. **Uma análise acerca do fenômeno das fake news no processo eleitoral e suas interfaces com o direito fundamental à liberdade de expressão**. Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal da Paraíba - UFPB. Repositório Institucional da UFPB. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/16387>. Acesso em: nov. 2021.

GOMES, W. Quatro ou cinco coisas que eu sei das fake news. 2021. **Revista Cult**. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/quatro-ou-cinco-coisas-que-eu-sei-sobre-fake-news/>. Acesso em: out. 2022.

HAN, B. **Psicopolítica**: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. 1º ed. Belo Horizonte: yiné, 2018.

HAN, B. **No exame perspectivas do digital**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2018.

HISSA, D. L. A. Desmediatização, Infodemia e fake news na cultura digital. **Scripta**, v. 25, n. 54, p. 40-67, 30 nov. 2021. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/scripta/article/view/26575>. Acesso em: nov. 2022.

JANDRIC, P. MCLAREN, P. Critical intellectuals in postdigital times. **Policy Futures in Education**. p. 1-14. Outubro, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1478210320964372>. Acesso em: nov. 2022.

KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar**: duas formas de pensar. Trad. Cássio de Arantes Leite. 1ª. ed. São Paulo: Objetiva, 2012.

KANT, I. **Lógica de Immanuel Kant**: um manual para preleções. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1992.

KEYES, R. **A era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. Trad. Fábio Creder. Petrópolis: Vozes, 2018.

LELO, T. A expansão do fact-checking no Brasil: entre o ideal da participação e os dilemas da plataformização. In: **Anais do XXX Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2021.

LELO, T. V; PACHI FILHO, F. Credibilidade em disputa no jornalismo digital: Estratégias discursivas das agências de fact-checking brasileiras vinculadas aos conglomerados de mídia. **Estud. mensaje period.** v. 27(2), p. 531–541, 2021.

LUPA. **Como funciona o modelo de negócios da Lupa?** 2015. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-funciona-nosso-modelo-de-negocios>. Acesso em: ago. 2022.

LUPA. **Como a Lupa faz suas checagens?** 2015. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-fazemos-nossas-che-cagens>. Acesso em: ago. 2022.

LUPA. **Entenda as etiquetas da Lupa.** 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/entenda-nossos-pinguins/>. Acesso em: ago. 2022.

LUPA. **Checar é preciso.** Educar também. 2020. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/educacao/2020/08/05/che-car-e-educar>. Acesso em: ago. 2022.

LUPA. **Conheça o Lupe!, o assistente virtual da Agência Lupa no Facebook.** 2018. 18 ago. 2018. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2018/08/15/lupe-chatbot-assistente-fac-ebook>. Acesso em: ago. 2022.

MBEMBE, A. **Necropolítica.** São Paulo: n-1 edições, 2019.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação.** São Paulo: Cortez, 2008.

MARCUSE, H. **O homem unidimensional:** estudos da ideologia da sociedade industrial avançada. 1. ed. Trad. Robespierre de Oliveira, Deborah Christina Antunes e Rafael Cordeiro Silva. São Paulo: EDIPRO, 2015.

MASSONI, L. F. H.; MARTINS, L. G.; DEL SENT, L. V. A sociedade do espetáculo e as fake news: provocações e implicações perante o Direito à

Informação. **BIBLOS**, [S. l.], v. 36, n. 1, 2022. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/13420>. Acesso em: out. 2022.

MANTZARLIS, A. Module 5: Fact-checking 101. In: IRETON, C.; POSETTI, J. (ed.). **Journalis, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training**. Paris: UNESCO, 2018.

MATSUKI, E. **Sobre o Boatos.org**. s/d. Disponível em: <https://www.boatos.org/sobre>. Acesso em: jul. 2022.

MIGUEL, L. F. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 43–58, 2019.

NIETZSCHE. F. **Além do bem e do mal**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

NIETZSCHE. F. **Sobre a verdade e a mentira**. 1ª. ed. São Paulo: Editora Hedra, 2007.

NORMAN, M. Whoever wins the US presidential election, we've entered a post-truth world - there's no going back now. **The Independent**, 8 nov. 2016. Disponível em: <http://www.independent.co.uk/voices/us-election-2016-donald-trump-hillary-clinton-who-wins-post-truth-world-no-going-back-a7404826.html>.

Acesso em: abr. De 2022.

NOBREGA, L. B. **O fact-checking no combate à desinformação: um estudo de caso da Agência Lupa e suas estratégias para a retomada da verdade factual**. 2021. 155f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) -

Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/45255>. Acesso em: jun. 2022.

NETFLIX. **O dilema das redes**. Direção: Jeff Orlowski. Estados Unidos: Netflix, 2020.

OXFORD. **Word of the year**. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: ago. 2022.

PLATÃO. **A República**. Trad. de J. Guinsburg. São Paulo, Difel, 1965.

PALACIOS, M. Fake news e as agências de checagem: terceirização da credibilidade jornalística? In: **Atas do III Congresso sobre Culturas – interfaces da lusofonia**. Braga: Universidade do Minho, 2018.

PALUDO, J. R. MUCK, K. Pós-verdade: linguagem, tecnologia, comportamento social e ética. **Revista Comunicação & Inovação**, v. 23, n. 51, 2022. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/8111. Acesso em: ago. 2022.

PRADO, J. G. R. do; MORAIS, O. J. de. A checagem de fatos (fact-checking) como nova prática jornalística: história, crescimento e profissionalização. In: **XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Belo Horizonte - MG**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0323-1.pdf>. Acesso em: ago. 2022.

PENNYCOOK, G.; RAND, D. G. Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. **Cognition**, [S.l.], v. 188, p. 39-50, 2019.

PIOVEZANI, C. Efeitos de verdade: a retórica eleitoral de Bolsonaro. In: CURCINO, L.; SARGENTINI, V.; PIOVEZANI, C. (Orgs.). **Discurso e (pós)verdade**. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2021.

PROCTOR, R.; SCHIEBINGER, L. **Agnotology**: the making and unmaking of ignorance. California: Stanford University Press, 2008.

PROPMARK. **As estratégias do WhatsApp para combater a desinformação nas eleições**. 2022. Disponível em: <https://propmark.com.br/as-estrategias-do-whatsapp-para-combater-a-desinformacao-nas-eleicoes/>. Acesso em ago. 2022.

POYNTER INSTITUTE. **Becoming a signatory to the IFCN COP: the process**. 2017. Disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1TVH6Xduaz8lYxvnRfMzi85PMTxCseNoUQ-gcdqIsnoI/edit>. Acesso em: jul. 2022.

RANCIÈRE, J. **O ódio à democracia**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2014.

RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco: Como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. **Revista Contracampo**: v. 40, n. 1 (2021). Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611>. Acesso em: out. 2022.

RECUERO, R. *et al.* Bolsonaro and the far right: how disinformation about COVID-19 circulates on Facebook in Brazil. **International Journal of Communication**, v. 16, p. 24, 2022. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17724>. Acesso em: nov. 2022.

REIS, D. A. Notas para a compreensão do Bolsonarismo. **Estudos Ibero-Americanos**, [S. l.], v. 46, n. 1, p. e36709, 2020. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/iberoamericana/article/view/36709>. Acesso em: 1 abr. 2023.

RÊGO, A. R. Vigilância, controle e atenção: a desinformação como estratégia. **Organicom**, [S. l.], v. 17, n. 34, p. 82-92, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/180753>. Acesso em: jul. 2022.

RESENDE, V. M. RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. 2. ed. 3^a reimp. São Paulo: Contexto, 2019.

RESENDE, V. M. **Análise de discurso crítica e realismo crítico: implicações interdisciplinares**. Campinas: Pontes Editores, 2009.

SARGENTINI, V. CARVALHO, P. H. V. A vontade de verdade nos discursos: os contornos das fake news. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (Org.). **Discurso e (pós)verdade**. 1. ed. São Paulo: Parábola, 2021. p. 47-68.

SAUSSURE, F. **Curso de linguística geral**. 27. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** 2ª. reimp. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SANTAELLA, L. **Temas e dilemas do pós-digital: a voz da política.** São Paulo: Paulus, 2016.

SANTOS, K. N. **Em busca da credibilidade perdida: a rede de investigação jornalística na era das fake news.** 2018. 134 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

SEGURADO, R. **Desinformação e democracia: a guerra contra as fake news na internet.** 1. ed. São Paulo: Hedra, 2021.

SEIBT, T. “Jornalismo de verificação”: o fact-checking em evidência num ecossistema de mídia dominado por plataformas. In: **Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, São Paulo, 2018.

SEIXAS, R. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **EID&A – Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 18, p. 122-138, abr. 2019. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2197/1747>. Acesso em: out. 2022.

SIEBERT, S. PEREIRA, I. V. A pós-verdade como acontecimento discursivo. **Linguagem em (Dis)curso – LemD**, Tubarão, SC, v. 20, n. 2, p. 239-249, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ld/a/vykt83t8h8874gJT7ys46sy/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: abr. 2022.

SILVA, T. H. J. FREITAS, R. D. TRINDADE, A. C. R. M. *Lava Jato versus Vaza Jato: a construção discursiva da imagem de Sérgio Moro a partir das capas da revista Veja*. In: **Anais do III Encontro Nacional de Discurso. Identidade e Subjetividade**, v. 1, 2020. Disponível em: <https://endis2020oficial.wixsite.com/evento/anais>. Acesso em: nov. 2022.

SILVA, J. **A ambiguidade no discurso de Bolsonaro sobre a pandemia**. *Jornal de Política*, v. 2, n. 1, pág. 20-30, 2022.

SILVA, F. C. C. **A Sociedade da Desinformação. Logeion: Filosofia da Informação**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. 143–161, 2022. DOI: 10.21728/logcion.2022v9n1.p143-161. Disponível em: <https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/5953>. Acesso em: out. 2022.

SILVA, M. P. B. **Desinformação, pós-verdade e fact-checking: proposição de modelo direcionado à informação para saúde**. Tese (Doutorado) - Centro de Ciências Sociais e Aplicadas (CCSA) - Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/21994>. Acesso em: jul. 2022.

SIMÕES, R. M. MENDES, A. G. L. MILITÃO, P. Á. **O fenômeno das fake news: implicações para a política externa do governo Bolsonaro durante a pandemia do COVID-19**. **Revista NEIBA**, v. 10, 2021. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/neiba/article/view/59141>. Acesso em: nov. 2022

SOUSA JÚNIOR, RAASCH, M.; SOARES, J. C.; RIBEIRO, L. V. H. A. S. **Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil.** 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/35978>. Acesso em: ago. 2022.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2004.

TARDÁGUILA, C. “**Não temos como monitorar a proliferação de informação falsa que circula pelo WhatsApp**”. Entrevista concedida a Augusto Diniz. *Jornal Opção*, 10 jun. 2018. Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/entrevistas/nao-temos-comomonitorar-a-proliferao-de-informacao-falsa-que-circula-pelo-whatsapp-127684/>. Acesso em: 19 jul. 2022.

TANDOC, E. C. *et al.* Defining “Fake news”. *Digital Journalism*, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 137–153, 30 ago. 2017. **Informa UK Limited**. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143.

TEIXEIRA, A. **Fake news contra a vida: desinformação ameaça a vacinação de combate à febre amarela.** 2018, 97f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica Dimensões Políticas na Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. 2018. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21972?mode=full>. Acesso em: jun. 2022.

TEIXEIRA, J. F.; MARTINS, A. V. **Fact-checking no combate às fake news sobre a COVID-19: um estudo exploratório das agências digitais de**

checagem de fatos contra a desinformação da pandemia. **Revista Comunicação & Inovação**, v. 21, n. 47, p. 63-81, 2020. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/7178/3181. Acesso em: ago. 2022.

THE ECONOMIST. **Art of the lie**. 2016. Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie?fsrc=scn%2Ftw%2Fte%2Fpe%2Fed%2Fartofthelie>. Acesso em: ago. 2022.

THEMUDO, T. S.; ALMEIDA, F. C. DE. Direito, cultura e sociedade em tempos de fake news. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, v. 21, n. 3, p. 209-236, 2020. Disponível em: <https://sisbib.emnuvens.com.br/direitosegarantias/article/view/1653>. Acesso em: out. 2022.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Jornalismo, fake news & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**. 2019.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e contexto: uma abordagem sociocognitiva**. 1. ed. 1ª reimp. São Paulo: Contexto, 2017.

VAN DIJK, T. A. **Discurso, notícia e ideologia: estudos na Análise Crítica do Discurso**. Trad. Zara Pinto Coelho. 2ª. ed. Portugal: Edições Húmus, Lda, 2017.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e poder**. 2. ed. 4ª reimp. São Paulo: Contexto, 2018.

VAN DIJK, T. A. **Ideología**: una aproximación multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa editorial, 1999.

VARGAS, S. S. L. O problema da verdade em Kant. **Griot: Revista de Filosofia**, [S,I], v. 12, n.2, p. 32-49, 2015. Disponível em: <https://www3.ufrb.edu.br/seer/index.php/griot/article/view/670>. Acesso em: out. 2022.

VIEIRA, V. RESENDE, V. M. **Análise de discurso (para a) crítica**: o texto como material de pesquisa. 2. ed. Campinas: Pontes Editores, 2016.

VILLAS-BÔAS, M. A DE. **Da verdade à cooperação no Direito**. 2016. Disponível em: <http://revistasapereade.org/index.php/edicoes/anos-antiores/ano-4-vol-1-12/ano-4-volume-9-abril-2016/send/95-04-2016-ano-4-volume-9/389-g-d-a-verdade-a-cooperacao-no-direito-pg-107-127>. Acesso em: out. 2022.

WARDLE, C. **Fake news**. It's complicated. 16 fev. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em: jun. 2022.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe Report**, 27 set. 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: jun. 2022.

ZAGO, G. S. A participação do público na recirculação jornalística em sites de rede social: implicações para o jornalismo. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 5, n. 2, p. 88, 2017. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/10928>. Acesso em: jun. 2022.

ZAGO, G. S. **Recirculação jornalística no twitter**: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação. Dissertação (mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Porto Alegre, RS, 2011. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/28921/000774545.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: out. 2022.

AUTOR



Thiago Henrique de Jesus Silva é um jornalista formado pelo Centro Universitário de Ciências e Tecnologia do Maranhão - UNIFACEMA, e possui mestrado em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Piauí - UFPI. Sua pesquisa atual concentra-se na interseção entre mídia, política e Análise de Discurso Crítica, com enfoque

nos debates sobre *fake news*, pós-verdade, desinformação, discurso, poder, ideologia e hegemonia.

Com um olhar crítico aos desafios da era digital e das redes sociais digitais, Thiago busca compreender os impactos da disseminação de informações falsas e o papel dos discursos políticos nesse contexto. Seu trabalho procura desvendar os mecanismos utilizados para manipular a opinião pública, desmascarar estratégias de desinformação e promover uma análise crítica das mensagens veiculadas pela mídia e pelos agentes políticos.

Contato:

E-mail: thiago.silva@ufpi.edu.br

Instagram: thyagomyron



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO PIAUÍ