

O PODER DE MANIPULAÇÃO DAS *FAKE NEWS* NA SOCIEDADE

*Flávio Junior Batesini*¹

RESUMO

Fake News, uma das diversas formas de desinformação existente, é algo muito utilizado nos dias de hoje para fins de manipular o desejo e as conseqüentes decisões humanas. O presente estudo dedica-se a demonstrar o funcionamento das agências de checagem tais como Truco, Lupa, Aos Fatos, entre outras, na abordagem dos assuntos como economia, política, consumo e corona vírus. Utiliza-se para sua elaboração referencial teórico de autores e pesquisadores da área, bem como matérias de agências de *fact-checking*. A presente pesquisa assenta-se na metodologia de pesquisa de abordagens indutiva. Com análise, realizando um apanhado inicial e geral acerca de histórico e conceitos inerentes e, após, das formas de utilização das *fake news*, pode-se denotar que tais são amplamente usadas não apenas em cenários políticos, mas econômicos, sociais e comerciais. Tal uso sempre possui um objetivo comum qual seja a manipulação do destinatário para fins de tomar uma decisão que beneficiará seu criador.

Palavras-chave: *Fake News*, Manipulação, Decisões.

ABSTRACT

Fake News, one of the many forms of misinformation that exists, is something that is widely used today to manipulate human desire and consequent decisions. This study is dedicated to demonstrating the functioning of checking agencies such as Truco, Lupa, Aos Fatos, among others in addressing issues such as economics, politics, consumption and the corona virus. It is used for its theoretical elaboration of authors and researchers in the area, as well as material from fact-checking agencies. This research is based on the research methodology of inductive approaches. With analysis, making an initial and general overview about the history and inherent concepts and, after, the ways of using fake news, it can be noted that these are widely used not only in political, but economic, social and commercial scenarios. Such use always has a common objective, namely the manipulation of the recipient for the purpose of making a decision that will benefit its creator.

Key-words: Fake News, Manipulation, Decisions.

¹ Aluno do curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo. E-mail: fj@unochapeco.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por intuito analisar e demonstrar o poder que as *fake news* possuem na sociedade humana no momento da tomada de decisões. Muito se divulga e se investiga tal manobra de desinformação sendo utilizada em eleições, porém tal não se restringe a este setor. Como demonstrar-se-á ao longo do estudo, este meio de manobra é utilizado em diversos meios e formas, porém sempre objetivando a manipulação dos leitores para possibilitar o alcance de um objetivo. Assim, verificar-se-á o funcionamento das agências de checagem como Truco, Lupa, Aos Fatos e Corona Verificado, na abordagem dos assuntos como economia, consumo, política, eleições e corona vírus.

Optou-se pelo referido tema para o presente estudo tendo em vista o grande aumento do uso da desinformação na manipulação de sociedades. Utiliza-se desde *fake news* para convencimento de consumidores a adquirir determinado produto em promoção falsa até mesmo a recepção de apoio a atos políticos ilegítimos ou impopulares. Hoje, portanto, *fake news* são um grande problema social e seu estudo e contenção é necessário, existindo diversas agências especializadas nisto, como demonstrar-se-á no estudo que visa demonstrar a importância destas.

Tal artigo somente é possível de se realizar em decorrência dos grandes estudos que existem na área tais como os de Castells (2013), Bernardi (2019), Ferreira (2018), entre outros. Ainda, pelas checagens disponíveis através dos sites oficiais das agências de *fact-checking* como Lupa e Truco que possibilitam a análise das desinformações veiculadas em diversos setores sociais. Assim, em uma análise conjunta de estudos realizados por diversos autores com análises realizadas pelas agências e seus membros torna-se possível a presente pesquisa que visa demonstrar o nefasto problema social que as *fake news* representam.

Em um primeiro momento, na primeira seção do estudo, verifica-se o histórico da desinformação e *fake news*, podendo-se notar que a referida questão não é um problema atual, pois embora agravado, especialmente com a globalização e rápida propagação proporcionada pela internet, tais manobras de manipulação social são utilizadas há muito tempo. A segunda seção do estudo visa em especial, as *fake news* e a desinformação, conceituando e classificando segundo importantes estudos de grandes autores e órgãos. Na terceira e última seção passa-se a análise do objeto principal, o que é realizado através da verificação de checagens de diversas agências, igualmente em diversos setores sociais, para fins de demonstrar que, as *fake news* são utilizadas como meio de manobra para manipular a consciência dos indivíduos e conseqüentemente sua decisão final.

Estas agências especializadas conseguem através, de soldagem fazer a checagem de notícias falaciosas e na maioria das vezes elaboradas, trazendo ao público e ou a sociedade outro viés, sendo essa a autentica informação dada em determinada situação. Dessa forma todo e qualquer leitor pode fazer uma consulta sobre escolhido assunto e assim podendo comparar se houve ou não qualquer adulteração na elaboração da mensagem ou discurso, garantindo assim a liberdade de consciência na tomada de decisão.

Por fim, conclui-se o estudo com o apanhado geral do trabalho e demonstração dos resultados obtidos com a pesquisa. Podendo-se notar que a desinformação, atualmente, é um grave problema social utilizado nos mais diversos setores sociais, visando obtenção de apoio popular, lucro ou, simplesmente, tumulto/confusão.

1.2 METODOLOGIA

O presente trabalho é realizado através de pesquisa bibliográfica, sendo desenvolvido através de revisão da literatura e de estudos de casos verificados por agências de *fact-checking*. Tendo como enfoque principal demonstrar, após a realização de referencial teórico, conceitual e histórico, o funcionamento das agências de checagem Lupa, Truco, Aos Fatos e Corona Verificado, além de outros artigos, livros e revistas disponíveis em repositórios de universidades como UNICAMP, UFRGS – Lume, bem como sites de pesquisa acadêmica como Scielo e Sucupira, na abordagem dos assuntos como corona vírus, economia, política, eleições e consumo.

2 REFERENCIAL HISTÓRICO E CONCEITUAL

Segundo análise histórica e teórica realizada por Bernardi (2019), diversos autores que analisam mudanças e atualidades das mídias, destaca que a evolução da imprensa passou de jornais impressos a rádios que, após, deram espaço as TVs que, igualmente, dão hoje espaço a internet, último nível da imprensa e que possui um relevante poder de integração da comunidade mundial como um todo. A autora ao expor tal evolução, realiza a ênfase acerca das possibilidades jornalísticas que a internet trouxe. Hoje notícias não são mais somente locais, sendo acessíveis a todos onde estejam, porém, igualmente, a disseminação e criação de informações não é mais algo restrito a profissionais e empresas do ramo. Hoje, todos que possuem um smartphone com acesso a plataformas digitais podem produzir conteúdo (BERNARDI, 2019).

Assim, a internet ajuda ou prejudica a sociedade? Em um primeiro momento tal novo veículo foi criado como forma de globalização de informação e comunicações, no entanto, ao mesmo passo que apresenta tais possibilidades viabiliza muitas outras que são utilizadas de forma a perverter cenários. A internet ao possibilitar a muitos tornarem-se criadores de conteúdos viabilizou a criação e disseminação rápida de *fake news* que possuem intenções, normalmente, ilegítimas.

Ocorre que, conforme mencionado por Horbach (2019) as *fake news* não são criação da internet. O autor menciona que tal adulteração da informação é anterior a tal tecnologia mencionada como exemplo o caso “Mirian Cordeiro, Lula, e Fernando Collor, no ano de 1989 [...]” (HORBACH, 2019). O ponto onde a internet enquadra-se é na grande possibilidade de disseminação de seu conteúdo, sem um filtro confirmatório anterior. (HORBACH, 2019).

Segundo Bernardi (2019) o enfoque sobre as *fake news* deu-se, especialmente, com o pleito eleitoral de 2016 nos Estados Unidos da América, onde muito utilizou de tais atos fraudulentos. Na referida eleição, determinado candidato utilizou-se de poder econômico para contratar terceiros que buscavam informações, criavam conteúdos e o disseminavam, mesmo sem ter sua veracidade comprovada, visando a despopularização de seu concorrente (BERNARDI, 2019). Tal situação não foi diferente com o advento da eleição ocorrida no Brasil em 2018, a qual gerou inclusive muitas discussões e investigações sobre o tema (BERNARDI, 2019).

Manuel Castells (2013) destaca que a manipulação da informação (serviços de desinformação), hoje denominadas como *fake news*, não são algo da atualidade, indo mais além ao mencionar a Guerra no Iraque e a manipulação da imprensa realizada pelo presidente estadunidense para que tal fosse viabilizada. Habermas (2012) destaca que os veículos de imprensa, embora possuam função pública, em maioria são comandados pelo setor privado que sempre visa, ao final, vantagem. Assim, como destacado por Castells (2013) a imprensa e o poder político sempre tiveram unidas e a influência que a primeira exerce sobre a segunda sempre foi forte.

Sendo, portanto, a imprensa comandada por particulares, sempre há os interesses e tendências humanas envolvidas na função jornalística que muito antes de se falar em *fake news*, como expõe os autores Castells (2013), Bernardi (2019), e Horbach (2019), entre outros, já havia a dissuasão de informações falsas, compradas ou manipuladas em redes de comunicação. Tal divulgação, em regra, sempre visava aproveitar da mídia e sua influência na população como meio de elevação ou diminuição política (popularidade).

Desta forma, podemos notar que *fake news*, embora não nesta nomenclatura moderna e utilizada de forma generalizada, sempre existiram e foram propagadas mesmo por veículos oficiais e idôneos. Ocorre que a internet, através da velocidade, as tornou um poderoso meio de apelo emocional que visa manipular os cidadãos em suas decisões, especialmente políticas, tornando-se importante meio de campanha, mesmo que ilegítima.

3 *FAKE NEWS*

Conforme antecipada e resumidamente exposto acima, *fake news* é apenas um termo utilizado na atualidade para definir um mal antigo. *fake news* nada mais são do que a divulgação de informações as vezes enganosas e as vezes distorcidas conforme a conveniência do solicitante. *fake news*, portanto, é o termo utilizado na atualidade para definir o jornalismo amador e tendencioso que manipula informações ou, às vezes, a cria para disseminá-las em proveito de interesses ilegítimos. Termo correto a designar tais desvios da finalidade pública da mídia seria desinformação ou serviços de desinformações, sendo as *Fake news*, somente um dos processos por ele englobado.

Ferreira (2018) define que “*fake news* [são] os textos que são intencionalmente falsos e verificáveis como falsos, e que são criados para enganar leitores”. Para Wardle (apud FERREIRA, 2018) há uma necessária interpretação distintiva de *fake news* (processos de desinformação), vejamos:

- Sátira ou paródia: sem intenção de causar mal, mas com potencial para enganar; - Conteúdo enganoso: uso enganoso de informação para enquadrar problema ou pessoa; - Conteúdo impostor: quando fontes genuínas são representadas; - Conteúdo fabricado: novo conteúdo é 100% falso, projetado para enganar e fazer mal; - Conexão falsa: quando manchetes, imagens ou legendas não suportam o conteúdo; - Contexto falso: quando conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa; - Conteúdo manipulado: quando informação ou imagens genuínas são manipuladas para enganar; (WARDLE, 2017 apud FERREIRA, 2018).

Idêntica classificação é utilizada pelo Guia do First Draft News (apud PORTAL IMPRENSA, 2019). Segundo o guia a desinformação (*Fake News*) podem ser utilizadas de diversas formas para fins de “enquadrar, enganar ou manipular leitores” (FIRST DRAFT NEWS apud PORTAL IMPRENSA, 2019). O guia, inclusive, conceitua e exemplifica de forma mais robusta cada forma, sendo elas:

CONTEÚDO FABRICADO - Novo conteúdo 100% falso, projetado para enganar e causar danos. Conteúdo Fabricado é o que é 100% falso. Antes da eleição

presidencial dos EUA em 2016, a falsa alegação de que Donald Trump havia sido endossado pelo Papa Francisco recebeu grande atenção. A manchete apareceu em um site chamado WTOE5, que vendeu vários boatos falsos antes das eleições americanas. O artigo afirmava que o papa Francisco endossou Donald Trump como presidente, mas não é verdade. [...] CONTEÚDO MANIPULADO - Quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar. Mídia manipulada é quando um aspecto do conteúdo genuíno é alterado. Isso se relaciona com mais frequência a fotos ou vídeos. CONTEÚDO IMPOSTOR - Quando fontes genuínas são representadas. Ver uma marca que já conhecemos é uma heurística muito poderosa. É por esse motivo que estamos vendo um aumento no conteúdo dos impostores - conteúdo falso ou enganoso que usa logotipos conhecidos ou as notícias de figuras ou jornalistas consagrados. Um site de notícias impostor usou o logotipo da BBC para obter informações enganosas sobre as eleições no Reino Unido. [...] CONTEXTO FALSO - Quando conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas. Essa categoria é usada para descrever conteúdo genuíno, mas que foi reformulado de maneira perigosa. Um exemplo que causou indignação significativa na época foi a imagem de uma criança dentro de uma gaiola que circulou no verão de 2018. Porém, a criança retratada na foto, na verdade, foi apresentada como parte de um protesto contra as políticas de imigração. [...] CONTEÚDO INCORRETO - Uso enganoso de informações para enquadrar um problema ou indivíduo. A fragmentação da informação está longe de ser nova e se manifesta de inúmeras maneiras. A reformulação das histórias nas manchetes, o uso de fragmentos de aspas para sustentar um ponto mais amplo, citando as estatísticas de uma maneira que se alinha com uma posição ou decidindo não cobrir alguma coisa, porque isso prejudica um argumento, são todas técnicas reconhecidas - se escondidas. Ao argumentar, todos são propensos a elaborar conteúdo que apoie seu argumento geral. CONEXÃO FALSA - Quando manchetes, imagens ou legendas não suportam o conteúdo. Como parte do debate sobre desordem da informação, é necessário que a indústria de notícias reconheça seu próprio papel na criação de conteúdo que não atenda aos altos padrões exigidos por uma indústria agora atacada por vários lados. Pode - e faz - levar os jornalistas a serem descritos como o 'inimigo do povo'. Quero destacar práticas de redações que podem aumentar o barulho, levar a confusão adicional e que acabam diminuindo a confiança no Quarto Estado. Uma dessas práticas é o conteúdo de 'isca de clique', o que eu chamo de 'conexão falsa'. Quando as agências de notícias usam linguagem sensacional para gerar cliques - linguagem que fica aquém para o leitor quando chega ao site - essa é uma forma de poluição. PARÓDIA - Nenhuma intenção de causar danos, mas tem potencial para enganar. A razão pela qual a sátira usada dessa maneira é uma ferramenta tão poderosa é que muitas vezes as primeiras pessoas a vê-la entendem-na como tal. Porém, à medida que é compartilhada novamente, mais pessoas perdem a conexão com a mensagem original e não conseguem entendê-la como sátira. Diferentemente de um jornal em que você entende qual seção do artigo está vendo e vê pistas visuais que mostram que você está na seção de opinião ou na seção de desenhos animados, esse não é o caso online. (FIRST DARF NEWS apud PORTAL IMPRENSA, 2019)

Para o First Darf News (apud PORTAL IMPRENSA, 2019) esta classificação não se refere obrigatoriamente a *fake news*, mas sim a desinformação que envolve muitos outros tipos de processos de manipulação, sendo as *fake news* apenas um deles. Ocorre que ambos os conceituadores (FIRST DARF NEWS apud PORTAL IMPRENSA, 2019; e, WARDLE, 2018) concordam que a manipulação da informação ou a própria desinformação pode ocorrer de diversas formas, desde paródias e sátiras menos perceptíveis até a produção total de conteúdos falsos.

Assim, embora não haja um consenso literário, podemos definir *fake news* como desinformação, as vezes falsa, as vezes manipuladas, as vezes distorcidas, as vezes compradas, que visam atingir diretamente a credibilidade de determinadas pessoas ou situação.

Fake news, portanto, é um dos processos de desinformação utilizado para a finalidade de enquadrar, enganar ou manipular leitores para determinado fim. Tal é muito utilizado para fins políticos e, aqui, não se restringe o termo somente à eleições, mas também a muitos outros atos e setores sociais, já tendo sido utilizada, como já mencionado, até para forjar guerras, enganar consumidores e manipular situações econômicas.

Como já mencionado *fake news* é apenas um dos processos de desinformação existentes. Tal processo é muito utilizado para fins políticos e não somente eleitorais onde o alvo é uma pessoa. A desinformação ou manipulação da informação, igualmente, é muito utilizada para tornar populares situações, projetos e objetivos de governantes, conseguindo, desta forma, apoio popular.

Horbach (2019), explica que serviços de desinformação *fake news* e internet não são dependentes um do outro, destaca o pleito eleitoral de 1989, onde o candidato Fernando Collor teria pago à Mirian Cordeiro para comparecer em rede nacional divulgando notícia de que seu concorrente Lula havia lhe forçado a abortar, como ocorreu. Após, decorrido anos, procurada novamente pela imprensa a própria Mirian reconheceu que tal informação foi criada a partir de proposta financeira do candidato Fernando Collor. Portanto temos, em 1989, um caso onde produziu-se 100% de uma informação fabricada a partir dos interesses de quem pagou por ela, tal notícia não foi divulgada em meios digitais, mas passou em rede nacional para todos os brasileiros, bem como teve uma grande repercussão, restando a pergunta, por se tratar de notícia divulgada por veículo oficial de imprensa ela deixa de ser *fake news*, o autor defende que não (HORBACH, 2019).

As *fake news* efetivamente referem-se com frequência a algo novo que teve seu destaque graças à internet. Ocorre que o moderno termo somente designa um mal muito antigo que é o serviço de desinformação utilizado para fins de manipular opinião pública acerca de determinadas situações. Como já se mencionou *fake news* são somente um dos processos envolvidos pela desinformação que é objeto de análise de muitos autores como Castells (2013) há muito tempo.

Portanto, a real e efetiva origem, ponto de início das *fake news* é de impossível definição, pois sendo ela um dos processos da desinformação, esta sempre existiu. Mesmo nos tempos mais remotos existiam meios de divulgação de *notícias*, sejam jornais impressos ou

“boca a boca” desta forma disseminava-se informações as quais, na antiguidade, ainda era mais objeto de desinformação, pois governantes escolhiam o que gostariam que o povo soubesse e como soubesse.

Para combater a desinformação, surgiram agências de verificação de informações e conteúdos, denominadas como agências de *fact-checking*. “O *fact-checking* é uma checagem de fatos, isto é, um confronto de histórias com dados, pesquisas e registros” (FONSECA, 2017). A grande proliferação de *fake news* fez com que fosse necessária a criação de mecanismos de confirmação e apuração destas. Segundo FONSECA (2017):

O *fact-checking* é uma forma de qualificar o debate público por meio da apuração jornalística. De checar qual é o grau de verdade das informações. Reportagens do BuzzFeed e do The Guardian, por exemplo, mostraram que boa parte do conteúdo compartilhado na internet durante as últimas eleições nos Estados Unidos vieram de sites de notícias falsas. Situação semelhante aconteceu no Brasil na semana do impeachment de Dilma Rousseff.

A agência pública possui um projeto de *fact-checking* denominado Truco que funciona desde 2014. A Agência Truco tem como objetivo principal, segundo Fonseca (2017), “[...]verificar frases de políticos e personalidades. Com isso, qualifica-se o debate público e aprimora-se a democracia”. A Agência Lupa, igualmente a Truco, possui como objeto o *fact-checking*, tendo sido fundada, segundo Equipe Lupa (2015), em 2015 e, desde então, realiza a verificação de diversos conteúdos digitais.

Em suma o *fact-checking*, exercido mais notoriamente pelas Agências Lupa e Truco, é uma forma de verificação de informações. Isto possibilita a verificação das mais diversas informações propagadas, especialmente, pela internet através de sua comparação para com registros, dados e pesquisa. Tal verificação garante confirmar a informação e saber qual sua origem e sua veracidade.

A Agência Lupa possui uma classificação das informações que lhe são submetidas, as rotulando da seguinte forma:

VERDADEIRO - A informação está comprovadamente correta. VERDADEIRO, MAS - A informação está correta, mas o leitor merece mais explicações. AINDA É CEDO PARA DIZER - A informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é. EXAGERADO - A informação está no caminho correto, mas houve exagero. CONTRADITÓRIO - A informação contradiz outra difundida antes pela mesma fonte. SUBESTIMADO - Os dados são mais graves do que a informação. INSUSTENTÁVEL - Não há dados públicos que comprovem a informação. FALSO - A informação está comprovadamente incorreta. DE OLHO - Etiqueta de monitoramento.

O instrumento, como já mencionado, é uma ótima forma de fortalecer a democracia evitando a propagação de desinformação e a influência que estas podem gerar na sociedade como um todo. Segundo o destacado por diversos autores (CASTELLS, 2013. FONSECA, 2017. FERREIRA, 2018, HORBACH, 2019, etc.) tais serviços de desinformação são muito utilizados como meio de tornar medidas, normalmente políticas, impopulares como populares e garantir, assim, o apoio popular. Neste sentido tem-se a importância das agências de *fact-checking* para fins de evitar tal apoio popular as medidas, normalmente, ilegítimas fortalecendo o livre exercício da cidadania.

4 O PODER DE MANIPULAÇÃO DAS *FAKE NEWS* E DEMAIS SERVIÇOS DE DESINFORMAÇÃO NA SOCIEDADE

Como mencionado anteriormente, a desinformação é muito utilizada dentro da política, desde meios de manipulação de eleições a obtenções de aprovação popular a projetos e medidas impopulares e ilegítimas. Agências de *fact-checking* como Lupa e Truco fazem análise de “notícias” para fins de apurar sua procedência e veracidade, com o intuito de informar à sociedade corretamente e desmascarar desinformações utilizadas com finalidade ilegítimas. A presente seção analisará, através de pesquisa bibliográfica e de pesquisas de agências especializadas em *fact-checking*, tais verificações demonstrando seus nefastos objetivos.

O mundo como um todo vive uma enorme pandemia gerada pelo denominado novo Corona Vírus ou, cientificamente, COVID19. Muito se discute sobre o referido vírus e seus efeitos, porém, no Brasil, tal virou tema político. Como os serviços de desinformação, de forma extremamente negligente, passaram a disseminar diversas *fake news* sobre o tema. Tais, assim como muitas outras situações foram objeto de análise das agências de *fact-checking*, utilizando-se como base a Lupa e Truco.

4.1 O SERVIÇO DE DESINFORMAÇÃO E O COVID19

Segundo o site Corona Verificado (2020), link de acesso disponível no site oficial da agência Lupa (2020) divulgou-se muitas desinformações acerca do Corona Vírus. A primeira notícia analisada pela agência Aos Fatos (2020) foi acerca da informação de que a China estaria beneficiando-se financeiramente do vírus que lá teve seu início. A conclusão da análise foi pela falsidade da informação esclarecendo-a nos seguintes termos:

Ao contrário do que diz a imagem, as bolsas de valores da China sofreram com a pandemia. Dois dos índices mais importantes do país - o CSI 300, que reúne as maiores empresas nas bolsas de Xangai e Shenzhen, e o Xangai composto - caíram 8% e 0,94% desde o início do ano. Além disso, o surto de coronavírus causou uma redução da atividade econômica na China, com uma queda acentuada na produção industrial e nas vendas no varejo e um aumento na taxa de desemprego nos primeiros dois meses de 2020. (AOS FATOS, 2020, apud CORONA VERIFICADO, 2020).

Igualmente as tentativas de desqualificação da China, decorrente do ódio de ter sido o suposto propagador do vírus, muito se divulgou desde remédios caseiros a posicionamentos de médicos acerca da pandemia. Em março de 2020 propagou-se na mídia que a realização de gargarejo com água e sal ou vinagre impediriam a proliferação do vírus. A agência Aos Fatos (2020, apud Corona Verificado, 2020) buscou o Ministério da Saúde e profissionais da área para esclarecer a informação. A conclusão foi óbvia de que tal é inverdade e poderia, inclusive, piorar a situação do paciente acometido pela doença, pois, como destacado pela agência, ainda não existe remédio comprovadamente eficiente ao seu combate (CORONA VERIFICADO, 2020).

As tentativas dos serviços de desinformação quanto a médicos, remédios e órgãos públicos no geral foram muitas. Em março divulgaram que o médico, diga-se famoso, Drauzio Varella teria afirmado que o isolamento social seria desnecessário. Tal informação foi averiguada pela Aos Fatos (2020) que concluiu por sua falsidade e destacou:

O vídeo inclui informações desatualizadas sobre a crise da COVID-19 e cria confusão ao misturar recomendações reais, como por exemplo não criar pânico, com outras que agora são ineficazes e recomendam as pessoas a levarem uma vida normal. Os sites também ampliam as informações erradas e usam títulos falsos para desorientar. Em nota, a equipe que trabalha com o médico Drauzio Varella classificou esse tipo de divulgação como "desserviço" que, segundo eles, "confunde a população". (AOS FATOS, 2020 apud CORONA VERIFICADO, 2020).

Ou seja, o criador da notícia manipulou informações reais trazidas pelo referido médico para fins de criar uma ilusão (montagem) de que ele estaria recomendando às pessoas a não se isolarem. Tal desinformação foi rapidamente apurada pela referida agência para fins de minimizar sua gravidade. Igualmente houve-se disseminação de informações acerca da tão falada hidroxiclороquina como demonstra nas citações abaixo que seguem com sua análise:

Foto mostra homem que foi curado de COVID-19 por hidroxiclороquina. [informação classificada como] Parcialmente falso. [Segundo] A imagem é de uma reportagem da emissora brasileira RBS publicada antes da pandemia do coronavírus e de qualquer caso registrado em todo o mundo. O homem é Walter Hugo Balestra Pombo, paciente com enfisema pulmonar admitido na UTI do hospital Moinhos de

Vento em Porto Alegre devido a tratamento para enfisema pulmonar (CORONA VERIFICADO, 2020).

Agência Nacional de Vigilância Sanitária aprova cloroquina / hidroxicloroquina como tratamento para o COVID-19 [classificado como] Parcialmente falso [sob a justificativa] Diferentemente do que as publicações nas redes sociais sugerem, a liberação de cloroquina para o tratamento do COVID-19 não ocorreu de forma irrestrita. A garantia também não veio da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária). De fato, uma nota informativa do Ministério da Saúde do Brasil publicada em 27 de março autorizou o uso do medicamento e indicou sua dosagem apenas para pacientes hospitalizados em estado grave. Em outras palavras, o padrão do Ministério não permite que o medicamento seja vendido em farmácias ou prescrito pelos médicos para qualquer tratamento contra a doença resultante do novo coronavírus. (CORONA VERIFICADO, 2020).

Mike Ryan, diretor da OMS, disse que as medidas de isolamento pioram a pandemia [classificado como] Falso [pois] No discurso completo de Ryan, o diretor sustenta que as quarentenas devem ser acompanhadas por ações preventivas de informação e, no caso de pessoas doentes, devem ocorrer em outros locais além de suas próprias casas. Em nenhum momento ele duvida ou nega a eficácia da medida. (CORONA VERIFICADO, 2020).

O Banco Mundial classificou o Brasil como o "melhor país em combate ao COVID-19" [classificado como] Falso [pois] O documento do Banco Mundial a que a publicação se refere não faz essa afirmação. O texto, que trata da gestão de riscos e da facilitação do comércio em meio à pandemia, menciona apenas a redução temporária da alíquota do imposto de importação de produtos anti-sépticos adotada pelo Brasil como um exemplo de "melhores práticas para lidar com o COVID-19". (CORONA VERIFICADO, 2020).

Notícias mais recentes destacadas pelo site, Corona Verificado (2020) que foram analisadas pela Agência Polígrafo demonstram a propagação, inclusive, de suposta teoria da conspiração. Em 21 de maio de 2020 através da rede social *facebook* iniciou-se a propagação da informação de que "A pandemia da Covid-19 "foi criada em uma reunião" em 2019 e patrocinada pela Fundação Bill & Melinda Gates." (CORONA VERIFICADO, 2020), porém tal foi classificada como falsa sob a ementa que segue:

As alegações não são verdadeiras. Não há evidências de que a pandemia da Covid-19 tenha sido combinada em uma reunião em 2019 patrocinada pela Fundação Bill & Melinda Gates. (CORONA VERIFICADO, 2020).

Tais são apenas alguns exemplos das proporções políticas e sociais que a pandemia do Covid19 tomou no Brasil. Algumas possuem clara manifestação de apoio a ideias específicas, como contrárias ao isolamento ou favoráveis ao uso de cloroquina. Outras, no entanto, são de difícil definição de seus reais objetivos, mas claramente trata-se de enorme desrespeito a uma pandemia que afeta o mundo como um todo e mata muitas pessoas.

Com sorte, atualmente, contamos com muitos meios de verificação de informações, especialmente aquelas divulgadas em redes sociais e de origem desconhecida. Tais agências,

além do papel de fortalecimento da democracia mencionado por Fonseca (2017), hoje, possui importante papel na conscientização popular acerca da realidade de uma pandemia, pois muitos se dedicam, como observa-se em sites como Corona Verificado (2020), em desinformar a população e prejudicar as recomendações oficiais.

4.2 O SERVIÇO DE DESINFORMAÇÃO E O *BLACK FRIDAY*

Como observado acima, a desinformação deixou de ser uma jogada puramente política, passando a ser analisada nos mais diversos setores. Uma situação muito recorrente de *fake news* e desinformações em geral é a *Black Friday*. Muitas lojas utilizam da desinformação popular para simular promoções que, em verdade, são inexistentes. A Agência Lupa possui um setor específico de seu site dedicado a tal análise em 2015, 2016 e 2017.

Segundo a última checagem de fatos, realizada em 2017, pela agência Lupa, das 14 (quatorze) propagandas analisadas, 04 (quatro) foram falsas, 03 (três) verdadeiras e 07 (sete) verdadeiras, mas..., podendo-se afirmar que teve *black friday*, porém não da forma propagada. As quatro propagandas falsas foram analisadas em comparação com preços anteriores e posteriores ao dia do *black friday*, constatando-se que, efetivamente, houve somente uma simulação de desconto. As sete propagandas classificadas como Verdadeiro, mas..., foram analisadas de igual forma, constando-se que houve redução no preço, porém não da forma prometida. E as três verdadeiras, igualmente analisadas, constatou-se que, efetivamente, houve desconto da forma prometida no produto (GUIMARÃES, RESENDE, AFONSO e AGUIAR, 2017).

Neste caso vemos as *fake news* sendo utilizadas, de forma ampla, para ludibriar consumidores acerca de supostas promoções que, em verdade, são inexistentes. Tal manipulação visa enganar o público consumidor para fins que estes realizem compras supostamente vantajosas para eles, mas que na verdade somente geraram benefício ao comerciante.

4.3 A DESINFORMAÇÃO E A ECONOMIA

Igualmente ao *black friday* as *fake news* são amplamente utilizadas nos setores econômicos num geral. Ocorre que tal uso, não visa necessariamente à manipulação do consumidor, mas sim do mercado, população e política. Este desserviço é utilizado em situações como FGTS, Previdência Social, privatizações, projetos de lei, entre outros.

Em 2017 a Agência Lupa publicou, através de suas pesquisas, um artigo inteiro acerca dos mitos e verdades sobre a privatização da Eletrobras. Dal Piva, Guimarães, Becker e Resende (2017), analisaram diversas notícias veiculadas acerca da Eletrobras e sua privatização. Não se constatou notícias totalmente falsas, porém todas foram ou exageradas ou verdadeiras com ressalvas.

Duas notícias veiculadas em redes sociais consideradas como exageradas foram acerca de suposta responsabilidade da companhia pública sobre R\$ 23 bilhões da dívida da receita pública e acerca do fato de um rombo na arrecadação de R\$ 38 bilhões o qual a venda da companhia não seria capaz de sanar. A primeira notícia foi considerada exagerada, pois, segundo as análises dos autores da Agência Lupa, Dal Piva, Guimarães, Becker e Resende (2017):

[...] Mas o relatório mais recente da Eletrobras revela que R\$ 23,4 bilhões é a dívida total da empresa – não apenas a dos últimos três meses. Aliás, desde ao menos junho de 2016, a Eletrobras mantém uma dívida de mais de R\$ 20 bilhões. Ou seja: não é nova. No mesmo documento oficial, a empresa declara ainda que teve um lucro líquido de R\$ 306 milhões no último trimestre. Este valor fica bem abaixo dos R\$ 12,7 bilhões registrados no mesmo período do ano passado.

Quanto á segunda notícia transmitida por vídeo em rede social acerca de suposto rombo na arrecadação a Agência concluiu da seguinte forma:

Dados do Ministério da Fazenda mostram que, entre janeiro e julho de 2017, a arrecadação federal foi de R\$ 758,5 bilhões. Esse valor é maior do que os R\$ 724,6 bilhões arrecadados no mesmo período do ano passado. Ai, portanto, não houve rombo.

Todo ano, o governo faz uma estimativa das receitas que terá a partir de tributos e acompanha de perto essa evolução. Atualmente, a Fazenda calcula que, até dezembro de 2017, o país deverá deixar de arrecadar cerca de R\$ 19 bilhões – metade do valor citado no vídeo. Essa é, portanto, uma previsão do que poderia vir a ser o rombo de arrecadação. Trata-se de 50% do valor citado na frase analisada. (DAL PIVA, GUIMARÃES, BECKER e RESENDE, 2017).

Outras notícias veiculadas acerca da empresa foram:

Nos países europeus e nos Estados Unidos, a geração de energia é tratada como uma questão de segurança nacional. [...] Em um cenário de monopólio privado, o estado perde o controle do preço da energia. [...] [Dilma deixou] Um rombo de R\$ 62 bilhões no setor elétrico para o povo pagar. [...] (DAL PIVA, GUIMARÃES, BECKER e RESENDE, 2017).

Tais notícias foram classificadas respectivamente, como Verdadeira, mas..., ainda é cedo... e novamente, Verdadeira, mas... Tal cenário demonstrou o uso da manipulação da

informação para dois fins incoerentes. Tivemos a veiculação de desinformação para fins de convencimento da população, obtenção de apoio popular, a venda da companhia e, igualmente, o contrário. Assim, pode-se observar claramente o uso do desserviço das *fake news* com finalidade político-econômica para fins de obtenção de aprovação ou reprovação popular a medida governamental, como ocorreu com a guerra do Iraque que é mencionado por Manuel Castells (2013).

4.4 A DESINFORMAÇÃO E ELEIÇÕES

Como mencionado por Castells (2013) a desinformação já foi utilizada, inclusive, para justificar e ganhar apoio popular na guerra do Iraque. Tal desserviço, igualmente, é utilizado para manipular eleições, visando aumentar ou diminuir a popularidade de candidatos. A Agência Lupa realizou análise de tal desserviço em eleições como a de 2016 em São Paulo e no Rio de Janeiro, bem como as de 2018 a nível federal e estadual.

No que se refere às eleições de 2018, podemos constatar na mídia oficial nacional, que, inclusive, inquéritos foram abertos para investigação das *fake news*. Ainda em 2017 o então presidente Jair Messias Bolsonaro postou em suas redes sociais *facebook e twitter* um vídeo com a argumentação de que o Ministro Joaquim Barbosa do Supremo Tribunal Federal havia dito que ele seria o único deputado que não foi comprado pelo PT. Resende (2018) analisou o vídeo por 05 (cinco) vezes juntamente com demais membros da Agência Lupa publicando artigo sobre o mesmo.

No caso comentado a Agência Lupa, por seu autor Resende (2018), concluiu que o vídeo teria sido editado. A análise realizada inúmeras vezes detectou a edição do vídeo e, observado o voto original do Ministro, classificou a informação como exagerada, pois o que o Ministro realmente teria dito era que o presidente em questão era um dos únicos e não o único.

Jair Messias Bolsonaro não foi o único que teve seus atos avaliados pela agência. A Equipe da referida agência publicou matéria onde analisaram 66 (sessenta e seis) frases ditas pelo candidato Fernando Haddad das quais foram classificadas: 17 (dezesete) como falsas, 24 (vinte e quatro) como verdadeiras, 10 (dez) como exageradas, 09 (nove) como verdadeiras, mas..., 02 (duas) como insustentáveis, 01 (uma) como contraditória e 01 (uma) como subestimada (EQUIPE LUPA, 2018). Entre muitas outras matérias, destacando-se a realizada por Becker e Afonso (2018) acerca do fim da campanha onde tanto Bolsonaro como Haddad permaneciam errando sobre adversários, economia e segurança.

Portanto, muito se utiliza das manobras da desinformação para fins de manipular, não apenas desejos ou consciência, mas também o voto das pessoas. Neste ponto resta a importância de agências como a Lupa e Truco, especializadas em *fact-checking* para fins de, efetivamente, concretizar a democracia, como mencionado por Fonseca (2017).

4.5 AS PUNIÇÕES COMO REPRESSÃO DA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS

Muito se discutiu acerca dos prejuízos que a desinformação causa na sociedade humana ao manipular seu desejo. Importante destacar que, para sua repressão, além de agências especializadas em *fact-checking*, existem outras medidas administrativas, civis e criminais competentes. A Constituição Federal Brasileira (BRASIL, 1988) prevê que a inviolabilidade da imagem, honra e intimidade, bem como assegura o direito de resposta a agravos, sob pena surgimento de direito a percepção de indenização material e mora. Tal previsão da Constituição é corroborada pelo Código Civil (BRASIL 2002) e, portanto, representa uma reparação monetário-financeira de danos que porventura a desinformação possa causar.

Igualmente ao sistema civil de direito, há o sistema penal em nossa nação o qual visa ao invés de reparação monetária a própria punição do agente causador de dano. Ocorre que, atualmente, inexistente uma legislação específica que prevê pena para quem pratica tais atos, porém como destacado por CALEGARI (2018) a correção de tal lacuna legal vem sendo buscada nas casas legislativas. Além disto, o responsável pela elaboração da *fake news* está sujeito a responder pelos crimes já existentes como difamação, injúria, calúnia entre outros.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade humana evoluiu muito até hoje, porém tal evolução traz somente benefícios ou, igualmente, prejuízos? Atualmente vivemos em uma era de globalização da informação que é cada vez mais rápida e acessível. Basta possuir um smartphone que terá acesso as mais diversas informações.

Tal evolução permite que informações e notícias cheguem aos mais distantes lugares e pessoas. Ocorre que da mesma forma que ampliou o acesso, permitiu a criação de muitos propagadores de informações. E nesse momento surge a ampliação e propagação ainda maior de um mal muito antigo. A desinformação, hoje vista muito mais na forma de *fake news*

passaram a serem comuns e de rápida propagação e apelo popular. Essas, normalmente veiculadas por imagens e vídeos em redes sociais como *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, e outros.

A importância do estudo assenta-se na grande propagação que a desinformação nos traz em diversos aspectos, temas e suas consequências ilegítimas. Assim, utilizando de revisão bibliográfica de autores que dedicaram ao seu estudo em conjunto com análises de agências especializadas efetivou-se este trabalho de pesquisa.

O estudo dividiu-se em 03 (três) seções. A primeira dedicada a uma breve análise histórica do tema com intuito especial, de demonstrar que a desinformação é um mal antigo, porém hoje muito mais utilizado. Após o assentamento histórico a segunda seção dedicou-se a conceituar e classificar a desinformação e as *fake news*, bem como método de combate destas. Por último, a terceira demonstra os diversos usos de *fake news* nos mais variados setores social salientando o seu objetivo principal de manipulação da vontade humana.

Com toda a verificação realizada durante a pesquisa pode-se concluir que *fake news* é parte da desinformação, que possui o objetivo de manipulação humana. Ocorre que a internet possibilitou a ampliação desta desinformação, pois além de proporcionar um maior acesso a informação, igualmente propiciou a quem desejasse se tornar influenciador e criador de conteúdo. Portanto, a desinformação passou a ser utilizada, sob a denominação nem sempre correta de *fake news* para manipular a vontade dos leitores.

Como demonstrado no presente estudo, estas são utilizadas para manipular apoio popular a candidatos a cargos eletivos, a medidas políticas e econômicas e, igualmente, sociais e comerciais. Utiliza-se de tal manobra para visar lucro, apoio, disseminação da cultura do ódio, hoje instalada mundialmente e, em suma, manipulação em partes da sociedade e suas vontades.

REFERÊNCIAS

BERNARDI, A. J. B. **Redes sociais, fake news e eleições: medidas cabíveis para diminuir a desinformação nos pleitos eleitorais brasileiros.** Porto Alegre: UFRGS, 2019. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/197602/001097862.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 28/04/2020.

BECKER, C., AFONSO, N. **Em fim de campanha, Bolsonaro e Haddad ainda erram sobre adversários, segurança e economia.** Rio de Janeiro: Agência Lupa, 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/25/fim-campanha-bolsonaro-haddad/>>. Acesso em 20/05/2020.

CALEGARI, L. **Afinal, o que acontece com quem publica (e divulga) fake news?** [S.l]: Exame, 2018. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/afinal-o-que-acontece-com-quem-publica-e-divulga-fake-news/>>. Acesso em: 20/05/2020.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

CORONA VERIFICADO. **Informação verificada sobre Corona Vírus**. [S.l]: Crona Verificado, 2020. Disponível em: <<http://www.coronaverificado.news/>>. Acesso em 20/05/2020.

DAL PIVA, J. GUIMARÃES, H. BECKER, C. RESENDE, L. **Eletrobras: mitos e verdades sobre o processo de privatização**. Rio de Janeiro: Agência Lupa, 2017. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/09/06/mitos-e-verdades-na-privatizacao-da-elektrobras/>>. Acesso em 20/05/2020.

EQUIPE LUPA. **De olho em Haddad: veja 66 frases do presidencialível checadas pela Lupa em 2018**. Rio de Janeiro: Agência Lupa, 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/27/tudo-sobre-haddad/>>. Acessado em 18/05/2020.

EQUIPE LUPA. **O que é a Agência Lupa?** Rio de Janeiro: Agência Lupa. Rio de Janeiro: Agência Lupa, 2015. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-checadas/>>. Acessado em 18/05/2020.

FERREIRA, R. R.. **Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira**. [S.l]: OBSERVATORIO (OBS*), v. 12, p. 139-162, 2018. Disponível em <<https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181272>>. Acesso em 28/04/2020.

FONSECA, B. **O que é fact-checking?** [S.l]: Agência Pública, 2017. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>>. Acessado em 18/05/2020.

GUIMARÃES, H., RESENDE, L., AFONSO, N. e AGUIAR, T. **Black Friday 2017: teve desconto mesmo? Em que produtos?** Rio de Janeiro: Agência Lupa, 2017. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/11/24/black-friday-2017/>>. Acesso em: 20/05/2020.

HABERMAS, J. **A transformação estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2012.
HORBACH, L. O. **Fake News: uma abordagem em face da liberdade de expressão, internet e democracia**. São Leopoldo: UNISINOS, 2019. Disponível em: <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/9046>>. Acesso em 28/04/2020.

PORTAL IMPRENSA. **Conheça os sete tipos de desinformação, segundo o Guia do First Draft**. [S.l]: Portal Imprensa, 2019. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/82941/conheca+os+sete+tipos+de+desinformacao+segundo+o+guia+do+first+draft>. Acesso em: 14/05/2020.