

A agenda setting das fake news: uma análise da desinformação contra a esquerda brasileira à luz da ciência política

Miguel Quessada¹

RESUMO

As *fake news* emergiram com a pós-verdade, e tiveram na eleição de Trump e na Brexit os principais exemplos de seu uso indiscriminado. O Brasil não passou ileso, e aqui elas também repercutiram principalmente no período eleitoral, em que toda sorte de desinformação é ressuscitada e vem a público novamente. Embora o uso da mentira na política não seja recente, o fenômeno das *fake news* é devido ao seu uso estar vinculado ao aparato tecnológico da sociedade da informação em que vivemos. De tão usual, o termo *fake news* tornou-se complexo, e a literatura tem preferido o termo desinformação por ser mais abrangente e conseguir compreender todo tipo de boato veiculado. O presente estudo tem como objetivo investigar o discurso propagado contra a esquerda brasileira, propondo uma tipologia das *fake news* utilizadas, e descobrir o que há em comum nas mentiras veiculadas, e quais os preconceitos que elas trazem à tona por meio da catalogação das desinformações que foram desmentidas pelas agências/sites de checagem e a análise do seu conteúdo e discurso. Parte da hipótese de que as *fake news* não são propostas aleatoriamente, mas seguem temas que são sensíveis à população brasileira de modo que, ao serem propagadas, inflam o imaginário dos sujeitos envolvidos no processo de comunicação. Metodologicamente, o trabalho usa da Análise do Discurso para compreender esse fenômeno e utiliza a Análise Semiolinguística como forma de análise.

Palavras-chave: desinformação; *fake news*; discurso; esquerda.

The fake news agenda setting: an analysis of disinformation against the Brazilian left in the light of political Science

ABSTRACT

Fake news came up with the post-truth and had the Trump's election and Brexit as the main examples of its indiscriminate use. Brazil did not come out unscathed and here they had repercussions, mainly during the electoral period, in which all sorts of misinformation has been resurrected and became public again. Although the use of lies in politics is not recent, the fake news phenomenon is associated to the technological apparatus of the information society in which we live. As usual, the term fake news has become complex and the literature has preferred the term disinformation for being more comprehensive and able to understand all kinds of rumors. This study aims to inquire the discourse against the Brazilian Left, discover what is in common in the lies conveyed and what prejudices they bring to light through the cataloging of the misinformation that disapproved by agencies/checking sites and the analysis of its content and discourse. It starts from the hypothesis that fake news are not randomly proposed, but follow themes that are sensitive to the Brazilian population so that, when propagated, they inflate the imagination of the subjects involved in the communication process. Methodologically, the work adopts Discourse Analysis to understand this phenomenon and applies Semiolinguistic Analysis as a form of analysis.

Keywords: disinformation; fake news; discourse; left.

¹ Doutorando Em Ciência Política (UFScar) e Comunicação (UFPR). Mestre em Ciência Política (UFScar). Jornalista da Câmara Municipal de Bebedouro. Integrante dos grupos de pesquisas: CEL (Comunicação Eleitoral) e CPOP (Comunicação Política e Opinião Pública).

1. INTRODUÇÃO

Um deputado gay propõe retirar da *Bíblia* – livro sagrado para as religiões cristãs – os trechos considerados homofóbicos. Uma dupla de candidatos à presidência em que o homem defende incesto entre pais e filhos e distribui mamadeira erótica nas escolas ao passo em que a mulher se declara mais popular que o próprio Cristo, e estampa camiseta afirmando que o Filho de Deus é travesti. Uma vereadora executada, que mantinha ligações com o tráfico e, depois disso, o partido dela pede uma reunião com o Papa, a fim de canonizá-la. Uma deputada que quer descriminalizar a pedofilia e empregou em seu gabinete a mãe e a irmã de Adélio Bispo – homem responsável pela facada no então candidato presidencial Jair Bolsonaro. Um deputado que presidiu a CPI das milícias posa ao lado de traficantes e coloca advogados à disposição de Lázaro – assassino que estava foragido da polícia. Isso sem falar do partido que financia a exposição “O ânus é lindo”, em Salvador, e do partido que vai lançar Pablo Vittar como candidato à presidência.

Os enunciados citados acima, além de causarem indignação ao leitor desavisado, são exemplos de desinformação. Alguns são *fake news*, mas o conceito, de tão complexo, ficou pequeno, e o termo “desinformação” é o mais novo guarda-chuva que abriga “fake news” e todo tipo de boato. No caso deste trabalho: o discurso de desinformação contra a esquerda brasileira, como ele é construído, e quem ele atinge ao produzir a desinformação.

A pesquisa considerou, para efeito de recorte analítico, três partidos políticos: PCdoB, PT e PSOL, e políticos ligados a essas agremiações: Fernando Haddad, Jean Wyllys, Manuela D’Ávila, Marcelo Freixo, Maria do Rosário e Marielle Franco. Para o estudo desse recorte, o trabalho faz um diálogo com três áreas do conhecimento: a ciência política, a comunicação e a análise do discurso que, juntas, darão embasamento para a compreensão da temática.

Este estudo tem como objetivo analisar o que está por trás do discurso da desinformação produzido contra a esquerda, e quais os temas recorrentes a que ela está associada. As questões que norteiam esta pesquisa são: Existe um modelo de desinformação empregado para caracterizar a esquerda? Esse modelo é comum entre os atores que serão pesquisados ou difere entre cada um deles? Esses temas são novos ou apenas uma nova roupagem daquilo que já foi propagado no passado?

O presente trabalho se justifica pela relevância do tema no discurso político. Embora a mentira sempre se tenha feito presente no universo político, ela ganhou novos ares com a tecnologia. As *fake news* pulverizam o debate eleitoral e sempre ressurgem como se fossem atuais. Compreender esse discurso é imperativo para entender o funcionamento da comunicação política. Relatório produzido

pelo MIDIARS² mostra como houve aumento da desinformação na pandemia da COVID, e como os agentes públicos são responsáveis pela legitimação e propagação da desinformação.

As *fake news* emergiram com a pós-verdade e tiveram na eleição de Trump e na *Brexit* os principais exemplos de seu uso indiscriminado. O Brasil não passou ileso, e aqui elas também repercutiram principalmente no período eleitoral, em que toda sorte de desinformação é ressuscitada e vem a público novamente. Embora o uso da mentira na política não seja recente, o fenômeno das *fake news* é devido ao seu uso estar vinculado ao aparato tecnológico da sociedade da informação. De tão usual, o termo tornou-se complexo, e a literatura tem preferido o termo desinformação por ser mais abrangente e conseguir compreender todo tipo de boato veiculado (WARDLE, 2017). O presente estudo tem como objetivo investigar o discurso propagado contra a esquerda brasileira, propondo uma tipologia das *fake news* utilizadas, a fim de entender quais os temas fizeram parte da agenda política no período estudado (2013 a 2021) por meio da catalogação das desinformações (183 ao todo) que foram desmentidas pelas agências/sites de checagem e a análise do seu conteúdo e discurso. As *fake news* são propostas por um sujeito interessado em trazer temas específicos para o debate político, impondo uma nova agenda setting não proposta pela mídia.

Metodologicamente, o trabalho usa da Análise do Discurso e de Conteúdo para compreender esse fenômeno, e utiliza a Análise Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2019) como forma de análise, de forma especial o conceito de imaginários sociodiscursivos. A coleta dos dados se fez com o uso do programa Iramutec.

A Agenda *Setting* ou Teoria do Agendamento é um tipo de efeito social dos meios de comunicação que envolve a seleção, incidência e disposição de notícias sobre temas que a opinião pública discutirá. Alguns temas serão dispostos mais enfaticamente. McCombs e Shaw (1972) mostraram que os meios de massa podem não ter êxito em dizer ao público o que pensar, mas são eficientes em dizer sobre o que pensar. Isso acontece porque os jornalistas atuam como *gatekeepers* (porteiros) da informação, escolhendo aquilo que querem ou não publicar. Ao impor um menu seletivo de informações, a mídia impede que outros temas sejam conhecidos e, por consequência, comentados. Os temas selecionados muitas vezes atendem aos interesses do mercado. Com o aumento das redes sociais como Facebook e o Twitter, a agenda setting deixou de ser prerrogativa dos meios tradicionais, além de conseguirem produzir efeito viral dos temas propostos (FERREIRA e TEIXEIRA, 2009). Dessa forma, os propagadores de *fake news* funcionam como *gatekeepers* ao

² RECUERO, Raquel. **Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil** [livro eletrônico]: relatório, resultados e estratégias de combate. Pelotas, RS: MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 1. ed, 2021. Disponível em <https://wp.ufpel.edu.br/midiars/files/2021/05/Desinformac%CC%A7a%CC%83o-covid-midiars-2021-1.pdf>. Acesso em 01 out. 2021.

elencarem a tipologia da desinformação que será disponibilizada ao nicho de público pretendido que, ao receber a falsa informação, irá polemizá-la devido ao efeito de verdade, podendo repassá-la a outros e amplificar o poder de alcance da mensagem. Para a Ciência Política, essa informação é preciosa, uma vez que tais temas acabam monopolizando o debate eleitoral em detrimento das propostas apresentadas. Além do conceito de agenda setting, serão trabalhadas – no campo comunicacional – as diferenças e similaridades entre desinformação e *fake news*, e no contexto político, a crise democrática e ascensão do populismo a fim de fazer uma análise com o caso brasileiro.

O artigo apresenta o extrato da dissertação de mestrado “Desinformação e Esquerda Brasileira – o discurso por trás das fake news”, do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da UFSCar, tendo como recorte a análise de conteúdo e discursivo dos atores pesquisados.

2. O CONTEXTO BRASILEIRO, A CRISE DA DEMOCRACIA E O POPULISMO

Ao abordar o contexto da eleição presidencial de 2018, Almeida (2018) recorda que o então senador Magno Malta disse, numa oração, que os tentáculos da esquerda jamais seriam arrancados sem a mão de Deus. Bolsonaro alinhou-se ao segmento evangélico que nas pesquisas era o segmento com maior intenção de voto a Bolsonaro. Os evangélicos foram mobilizados pela pauta de costumes, pelo medo da ameaça comunista e pela honestidade das pessoas de bem. Aliados a esses fatores, temas como a crise econômica, a demanda por uma nova política e o antipetismo também estavam em jogo. Desde 2013, a onda conservadora tem ganhado força no Brasil e encontra respaldo no discurso evangélico, embora nem todos os evangélicos sejam conservadores. O discurso econômico liberal encontra eco na teologia da prosperidade que prega que possuir e ascender socialmente são sinais de Deus na vida pessoa. Dessa forma, o discurso da prosperidade material e de atitude individual empreendedora é valorizado pela ética econômica. Já o discurso a favor de um Estado menor é baseado na recusa da corrupção e nos privilégios do setor público e não nas agendas neoliberais. A relação entre consumo e prosperidade também esteve presente na agenda da esquerda com o governo lulista. Prova disso foi a participação do PRB (hoje, Republicanos) no governo. O PRB, ligado à Igreja Universal do Reino de Deus, passou por *rebranding* e hoje se chama Republicanos. A onda conservadora está relacionada à má série de movimentações políticas e demandas que apontam para posturas mais repressivas e punitivas dos aparelhos de segurança do Estado. Esse prezar pela segurança encontra eco também na ala evangélica. Na eleição contra Bolsonaro, o PT tentou apelar ao mostrar cenas de tortura, mas não obteve o apoio esperado. Isso talvez pelo fato de que na ditadura muitos evangélicos foram omissos ou até apoiadores do regime

sob a justificativa bíblica de que as autoridades devem ser obedecidas e estão ali com a permissão de Deus. Os protagonistas mais destacados do conservadorismo dos últimos anos representam parcelas dos evangélicos que saíram em defesa da moralidade pública “para regulação de corpos, comportamentos e vínculos familiares” (casamento entre pessoas do mesmo sexo e adoção de crianças por casais gays). No caso de Bolsonaro, ele abraçou essas pautas que são consideradas uma “ameaça à família tradicional” (ALMEIDA, 2018, p.33). Entretanto, a liberdade religiosa oriunda do advento da República que previa a proteção da diversidade e da liberdade de consciência, passou a ser vista como submissão da minoria.

A comunidade bolsonarista é estruturada, e o código binário simplifica a realidade e ativa sentimentos de alta voltagem como o afeto, o medo e o ódio. Para eles, o mundo é dividido entre “bem e mal, sagrado e profano, gente de família e indecentes, cidadãos de bem e bandidos, éticos e corruptos, nacionalistas e globalistas”. (ALONSO, 2018, p.38). O nacionalismo já foi utilizado no Brasil tanto pela Esquerda (Diretas Já) e pela Direita (Regime Militar). As cores, bandeira e hino são utilizados a fim de reforçar esse nacionalismo. No binarismo não há estratificação, mas homogeneidade, de modo que o talento e o esforço são os itens que separam pobres de ricos e brancos de negros. A violência é vista com legitimidade e as mídias sociais são utilizadas para deslegitimar as reivindicações das minorias, justificar o golpe de 64 e a tortura para evitar a ameaça comunista, além de associar a corrupção aos petralhas. No início do governo Dilma, veio a debate a ética na política e moralização dos costumes. Os ouvidos conservadores aderiram à luta contra o esquerdismo comportamental que desconfortou grupos sociais religiosos intolerantes, unidos contra as “imoralidades”, o kit gay, o aborto e a descriminalização das drogas. O bolsonarismo combateu as searas de moral privada e de moral pública. No primeiro campo, há uma ostentação da virilidade e um papel de insubordinação feminina e contra o feminismo. E a família estaria em risco pela escola doutrinadora e esquerdista que poderia impor valores, crenças, estilo de vida e orientação sexual diferente daqueles propagados pela família. O antielitismo também divide a sociedade entre uma elite esnobe e uma classe média-média que representa os brasileiros. O campo ultraconservador sempre esteve presente desde 1989, com Enéas, Garotinho, Eymael, Pastor Everaldo, Levy Fidelix, etc. Essa política ultraconservadora e seus adeptos “[...] veem o patriotismo como um enraizamento, a família tradicional como uma coluna mestra da vida e a violência como autodefesa. Creem no mérito individual, no trabalho duro e em Deus” (ALONSO, 2018, p.51).

Bolsonaro mostrou que não foi preciso tempo de televisão para vencer uma eleição muito menos um partido político expressivo. Isso, contudo, não é novidade já que candidatos da extrema direita ganham votos ao capturarem o sentimento de frustração e desesperança, apresentando discurso

de renovação e antissistêmico, transformando a insatisfação em potência eleitoral. Há o discurso de que os partidos estão na crise do sistema e é construído a partir da negação. Ele vai além do antipetismo. É também antipartidário e antissistêmico. As ruas, antes ocupadas por grupos de esquerda, passaram a ser ocupadas por grupos de direita. Os manifestantes concordavam com discursos de que Bolsa Família financeira preguiçosos e que as cotas raciais geram ainda mais racismo. Era uma retórica com traços de antiesquerdismo e anticomunismo e já com presença de *fake news*. Aliada à desaprovação da política, surge a narrativa da meritocracia e do hiperindividualismo com a volta da retórica do perigo vermelho e do fantasma do comunismo, além de uma negação ao intelectualismo, colocando em dúvida os professores e os intelectuais. Os adversários vão além da esfera política, mas também nas esferas religiosa e principalmente moral, tornando a esquerda uma ameaça às crianças. O ataque ao campo progressista é também um ataque às pautas identitárias que são consideradas privilegiadas pelo homem branco heterossexual. A extrema direita coloca a emoção no centro do debate comunicando com os valores da negação, com medo, ódio. Surge a política da inimizade em que o outro é o mal e deve ser exterminado. Nesse sentido, vale tudo para atacar o campo progressista e acadêmico, principalmente as morais, instrumentalizando as repressões e medos sexuais. A esquerda seria não apenas uma ameaça para ordem social, mas também para a própria integridade das crianças. (GALLEGO, 2019)

Outros dois aspectos devem ser considerados para se entender o contexto em que surge o discurso da desinformação que será analisado: a crise da democracia liberal e a terceira onda do populismo de direita. Castells (2018) explica que a democracia liberal – que havia se consolidado nos dois últimos séculos – entrou em colapso gradual. Em diferentes lugares do globo como Espanha, EUA, Brasil, Coreia do Sul foram registradas diferentes mobilizações populares contra o atual sistema. Dessa rejeição, surgem lideranças políticas que negam os partidos e alteram a ordem política nacional e mundial. Nesse contexto, emergem figuras como Trump, Le Pen e movimentos como *Brexit*. E ao fazer paralelo com o caso brasileiro, aqui emergiu a figura de Jair Bolsonaro. Gallego (2019) já considera que a crise na democracia não surpreende ninguém e que a política é apresentada como algo dispensável, sujo, vergonhoso e deve buscar-se a não profissionalização do político. Como consequência, os eleitores ficam reféns de uma política tecnocrática ou de uma política demagógica que manipula medos, raivas e ódio. O caso de Moro remete ao processo penal do espetáculo, com o juiz que assume o papel de militante e salvador da pátria, e fazem das operações uma forma de criminalização teatralizada, aumentando o sentimento coletivo de que a política é desprezível e por isso deve ser negada e combatida (SOLANO, 2018).

Além de todos esses aspectos, houve a narrativa midiaticizada do lavajatismo que culminou com a prisão do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva. Na operação, áudios do ex-presidente com a então presidente Dilma Roussef foram vazados para a imprensa. O discurso lavajatista invocava termos morais de modo a superar um passado sóbrio de patrimonialismo/corrupção e refundar o país pelo papel imprescindível do Judiciário na figura de heróis; a operação faria uma limpeza e combate à corrupção. (BELLO, CAPELLA e KELLER, 2021). Não à toa, a maior parte das *fake news* contra a esquerda (o que será analisado no próximo capítulo) está relacionada com corrupção e fraude nas eleições, o que mostra uma desinformação mais fácil de ser assimilada pela população devido ao auge da operação no Brasil.

A fala de Solano (2018) e de Belo, Capela e Keller (2021) remete à política informacional de Castells (2002) onde a política do escândalo é a arma da vez. Para atingir a sociedade, os partidos agem pela mídia. O custo, no entanto, é alto e muitos recorrem ao que o autor chama de contribuições debaixo do pano. Há um mercado de informações preocupado em destruir reputações. O judiciário se une à mídia e produz vazamento de informações e muitas vezes é visto como herói, mas os caçadores de hoje serão a caça de amanhã. Os políticos reduzem a credibilidade da mídia, convidando a sociedade a encontrar formas alternativas de expressão e comunicação (web). Na crise da democracia, o Estado perdeu sua soberania pela dinâmica dos fluxos globais e das redes de riquezas, informação e poder transorganizacionais. O Estado é incapaz de cumprir os compromissos com o estado de bem-estar social. Há uma crise de legitimidade associada à falta de credibilidade do sistema político. O sistema burocrático se tornou um resquício burocrático destituído de fé pública. Przerworski (2020) corrobora o pensamento ao elencar três sinais que mostram que uma democracia pode estar vivendo em crise: desgaste dos sistemas partidários tradicionais ao passo que houve apoio à direita radical, avanços dos partidos racistas, xenofóbicos e nacionalistas e o declínio do apoio à democracia.

Além do contexto digital que propiciou a rápida circulação das *fake news*, também é possível atrelá-las no contexto político ao surgimento da última onda populista de extrema direita no mundo. Ambos coincidem com a vitória de Trump, com a saída do Reino Unido da União Europeia e com a ascensão da extrema direita em diferentes países do globo (Rodrigo Duterte nas Filipinas, Viktor Orbán na Hungria, Sebastian Kurz na Áustria, entre outros). É como se os dois fossem irmãos gêmeos e é difícil precisar quem ganhou protagonismo primeiro, já que os eventos mundiais são descritos para descrever ambos. O uso da mentira na política é milenar, o surgimento do populismo remonta ao século retrasado³, mas as *fake news* e o levante populista da extrema direita nesses últimos anos

³ O populismo estadunidense teve origem em 1829 e o russo em 1876 (DILUAR, 2020).

dividem o mesmo tempo. Ambos fazem ataques à ciência e à política e dão sustentação um ao outro. Tormey (2019) explica a relação entre o populismo e a pós-verdade e diz que além de desafiar os argumentos, o populismo os considera falsos, criando os chamados “fatos alternativos”, presentes não apenas nas campanhas, mas também nos governos populistas. E não se trata de distorções de fatos, mas de uma produção ciente de inverdades para serem ofertadas e aceitas pelo público. O autor levanta uma importante questão para análise: Estaria o populismo levando para uma era da política da pós-verdade em que a honestidade, a integridade e a transparência não são características dessa nova democracia? “O populismo prospera com o desejo de uma simplificação do mundo, uma redução da complexidade a algumas tarefas fáceis de resolver, e com a oferta de uma visão, com frequência nostálgica, de um mundo onde a ordem foi restaurada” (idem, p.153).

Levitsky e Ziblat (2018) fornecem algumas características que ajudam a identificar líderes populistas como o fato de se proclamarem antissistema, guerream contra uma elite conspiradora e corrupta, costumarem negar a legitimidade dos partidos estabelecidos, acusando-os de serem antidemocráticos e antipatrióticos. Eles também acusam o sistema de não ser uma democracia de verdade, prometem devolver o poder ao povo. e quando ganham atacam as instituições democráticas. Bernardi e Costa (2020, p.386), ao analisarem os líderes populistas de extrema direita eleitos nos EUA, no Brasil e na Hungria acrescentam “[...] a narrativa do uso de discurso de um inimigo comum, deslegitimação da oposição, a repressão da e o uso de redes sociais e fake news como instrumentos de comunicação com o eleitorado, e posteriormente, com os cidadãos”. O discurso populista faz uma combinação do povo, do inimigo e de um líder. É um discurso que diz o que as pessoas querem ouvir por um sujeito sem papas na língua e as mentiras encontram crentes dispostos a ratificá-las. O populismo foi renovado pela comunicação digital em rede, e deu lugar ao neopopulismo digital ou ciberepopulismo que, impulsionado pela tecnologia digital, atinge uma escala global. Ele é “[...] capaz de gerar adesões em identidades narrativas fortes, simples e seguras, usando tecnologias de microssegmentação que somente são possíveis em grande escala com recursos digitais” (idem, p 64). O populismo digital garante certezas onde não precisa de provas, soluções simplistas para problemas complexos, o retorno a tradições ou crenças que nos dão conforto. E para sobreviver, deve bloquear a possibilidade de diálogo e polarizar a política (BRUZZONE, 2021).

Bennet et al (2020) apontam afinidades entre as mídias sociais e o populismo. Os atores desviam o caminho da mídia tradicional e são vistos como fora do sistema sob a crença de que o jornalismo tradicional é formado pela ideologia do politicamente correto, mentindo assim para a população. A arquitetura das mídias sociais permite uma comunicação mais direta com o cidadão, escapando das atividades de *gatekeeping* e dos enquadramentos do jornalismo tradicional, o que faz

aos populistas se autodenominarem como a verdadeira voz do povo. As plataformas digitais permitem aos políticos e partidos populistas a distribuição de mensagens de forma fácil e com senso de imediatismo, proximidade e intimidade entre os seus seguidores. E por fim, conseguem espalhar discursos críticos e negativos do establishment por meio de sarcasmos e insultos.

No campo discursivo, como bem salienta Charaudeau (2018), o populismo também ocorre quando o povo vota mais no político em razão de sua imagem e de frases de efeito do que no programa de governo. O político molda o seu discurso conforme a opinião pública, oscilando entre razão e paixão. E no jogo político há o risco da deriva populista, quando as massas podem ser seduzidas por imagens que não estão ligadas diretamente ao político como a virilidade manifestada por aquele que não tem papas na língua, a figura do sedutor que não esconde as aventuras sexuais porque, a depender dos imaginários sociais, esse *ethos* de força, potência e virilidade acaba despertando a veneração ou o temor ao político. E não por coincidência esse tipo de político encontrou respaldo entre os eleitores brasileiros.

Feito esse retrospecto e contextualização do caso brasileiro, entendido o pensamento que foi moldado no governo Lula e consolidado a partir da reeleição da presidenta Dilma, torna-se clara a compreensão das temáticas envolvendo a esquerda brasileira na produção da desinformação. *Fake news* relacionadas aos direitos humanos, à associação da esquerda com a criminalidade, corrupção e fraude nas eleições, destruição dos valores cristãos e da “família tradicional” com incentivo claro à homossexualidade e pedofilia, o perigo do comunismo entre outros temas foram associados a partidos (PT, PSOL e PCB) e a políticos da esquerda brasileira. Os temas não são novos, mas trazem um retorno ao tempo, suscitando também as memórias daqueles que tiveram no currículo a disciplina de Educação Moral e Cívica e viram no comunismo um perigo real, de modo que revivem aquilo que fora doutrinado no passado; e como forma de defesa partem para o ataque contra políticos e partidos de esquerda. A destruição da reputação no meio político não é algo novo e Castells (2018) explica que as mensagens negativas são cinco vezes mais eficazes em sua influência que as positivas. Portanto, trata-se de inserir negatividade de conteúdos na imagem da pessoa que se quer destruir a fim de eliminar o vínculo de confiança com os cidadãos, visto que a manipulação e a fabricação de materiais aumentam o efeito destrutivo.

Compreendida essa dinâmica, entende-se que as *fake news* encontraram terreno fértil para brotarem e se multiplicarem em um país em que havia ouvidos para escutá-las e engajamento suficiente para propagá-las. O caso brasileiro não é simplesmente uma avalanche de desinformação, mas uma sequência de *fake news* muito bem articuladas para atingirem um público bem suscetível a essas mentiras.

3. DESINFORMAÇÃO E FAKE NEWS

Zimdars (2020) ao definir *fake news* traz à tona a motivação econômica de fabricá-las, uma vez que são produzidas por indivíduos que não estão preocupados com a coleta e informações para o mundo, mas sim com a geração de lucro por meio da circulação de informações falsas nas redes sociais que imitam o jornalismo contemporâneo. Assim como Bucci (2019), Zimdars também defende que a imprensa, ainda que preste um mau jornalismo, pode corrigir-se e retratar-se, além de espalhar notícias falsas não ser o objeto de lucro das empresas de comunicação. A autora sugere quatro categorias para as *fake news*. Na primeira classificação estariam os sites falsos que são compartilhados nas redes sociais. Esses sites apostam nas manchetes distorcidas, descontextualizadas e duvidosas a fim de conquistarem curtidas, ações e lucros. Na segunda categoria estão os sites que circulam informações enganosas ou não confiáveis. Já na terceira estão os que usam títulos que induzem a cliques e descrições de mídia social. E por fim, estão os sites de sátira que podem oferecer críticas sobre a política e a sociedade, mas podem ser compartilhados como notícias. O interessante é que nenhum tópico se enquadra em uma única categoria, mas transita entre algumas das demais ou entre todas.

De tão usual, Barbosa (2019) considera o termo tão parte do cotidiano, de tal modo que não é necessário uso de itálico ou aspas ao escrevê-lo. Mas por pertencer ao lugar comum, perdeu parte do seu significado, e passou a ser usado sem critério a fim de justificar qualquer questionamento sobre a procedência ou veracidade da informação. Isso foi responsável pelo enfraquecimento da terminologia. Por outro lado, Dourado (2020) considera positiva a popularização do termo, já que ajuda a sociedade a reconhecer *fake news* como um problema a ser enfrentado e desmascarado a cada eleição.

De tão complexo, o termo também se torna vazio. Esse abranger tudo também pode abranger nada. Zuchlerman (2017) as define como algo vago, ambíguo e de grande abrangência que vai do falso equilíbrio à “propaganda (discurso armado projetado para apoiar um partido em detrimento de outro) e *desinformatyza* (informações destinadas a semear dúvidas e aumentar a desconfiança nas instituições)”⁴. Ele alfineta que o foco não deve ser o combate às *fake news*, mas sim a construção de notícias amplas e que nos ajudem a entender as pessoas com as quais vivemos, especialmente as que pensam de forma contrária. Soprano e Valera (2018) esclarecem que o termo *fake news* está sujeito a interpretações de várias nuances: “a depender do contexto pode significar informação

⁴ ZUCKERMAN, Ethan. **Stop saying “fake news”. It’s not helping**. 2017. Disponível em: <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>. Acesso em 20 out.2021

imprecisa, manchete sensacionalista, peça humorística, charge irônica, discurso de ódio ou conteúdo propagandístico⁵”. Tardáguila (2018) admite que o termo não dá conta de sua abrangência.

Dourado (2020) explica que aquilo que se convencionou chamar de *fake news* se refere a uma informação inverídica ou distorcida que simula uma notícia sobre os acontecimentos políticos e conquistam maior visibilidade nas plataformas de mídias sociais. É uma espécie entre uma variedade de conteúdos que geram distorções e enganos no entendimento da realidade, promovendo a desinformação generalizada por meio de “notícias”. E nesse conceito, as notícias são entendidas não necessariamente pelo formato jornalístico, mas porque “[...] simulam fatos e acontecimentos urgentes, escandalosos e graves, que precisam ser conhecidos, portanto compartilhados, para o maior número de pessoas possível” (idem, p. 58). Wardle et al (2017) analisam que o conteúdo costuma ser compartilhado em nichos que comungam das mesmas afinidades ideológicas. O compartilhamento de conteúdo emocional impulsiona as redes sociais. A arquitetura é projetada de modo que quando um usuário publica algum conteúdo e este conteúdo é curtido, comentado ou compartilhado, o cérebro libera dopamina, o que ajuda a entender como a desinformação se espalha.

Nesse emaranhado de desinformações, as *fake news* não dão conta de sintetizar toda a desordem informacional existente. Pela lógica e definição, notícia reporta sempre a um fato e, se é fato, logicamente é real. Sempre se considerou pleonasma os filmes baseados em fatos reais, já que todo fato é real. Ou era. A pós-verdade trouxe os fatos alternativos. E as *fake news*; as notícias falsas, ocasionando um termo paradoxal. Ainda que se chegue a um consenso quanto ao seu termo, o problema é muito maior e não se resolve no campo conceitual. Ainda que se tente trazer um novo conceito, ele será apenas mais um entre outros. Há várias categorias para uma informação que não é precisa e seu compartilhamento pode ser feito por diferentes motivações. Pode ficar-se no senso comum e apelar aos clichês clássicos de que *fake news* são apenas a ponta do iceberg ou que o problema é muito mais embaixo. Essa imprecisão do conceito corresponde a uma “definição líquida” de um mundo onde também não se tem certeza das definições, parodiando Bauman (2001). Ou, se trouxermos para a teoria do discurso de Laclau (2011), o vocábulo “*fake news*” pode ser enquadrado como um significante vazio, pois na interpretação de Gomes (2016, p.4) o “[...] significante vazio faz convergir múltiplos significados em um mesmo discurso a ponto de se perder o sentido inicial, justamente pelo excesso de sentidos incorporados, e assim provocar forte adesão para um conjunto vasto e variado de indivíduos”.

⁵ SOPRANO, Paula; VALERA, Gabriela. **Ecos da Guerra aos Fatos**. 2018. Disponível em: <https://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2018/01/ecos-da-guerra-aos-fatos.html>. Acesso em 20 jan. 2018.

4. METODOLOGIA E ANÁLISE DA PESQUISA

A pesquisa que caracteriza este trabalho é de natureza quali-quantitativa e usa uma abordagem do estudo de caso, à luz da Análise de Conteúdo e Discurso, tomando como base a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau. O *corpus* da pesquisa é constituído por manchetes das *fake news* que foram desmentidas por sites/agências de checagem.

Considerando que as *fake news* imitam as notícias e com elas se assemelham, a análise adotada seguiu o padrão do que é feito no estudo das mídias impressas. Para a análise, o trabalho não se restringiu à definição restrita de *fake news*, mas foi além e englobou tudo aquilo que está no campo da desinformação. Só foram coletadas desinformações que foram desmentidas por sites e agências de *fack-checking*, a saber: Aos Fatos, Boatos.org, E-farsas, Lupa e Estadão Verifica. Além dessas agências, é importante mostrar que muitos atores políticos que foram alvos de *fake news* criaram um site próprio para desmenti-las, entretanto, o trabalho optou por classificar somente as que foram checadas por jornalistas e publicadas nos sites de checagem. Logo, é possível que muitos boatos não apareçam na tabela por não terem sido desmentidos. Isso não significa que sejam verdadeiros, mas que possivelmente tiveram circulação mais restrita e não chegaram ao conhecimento dos sites de checagem. A data que aparece no quadro das *fack-checking* remonta ao período em que a desinformação foi desmentida e não quando ela surgiu pela primeira vez. Algumas sobreviveram a uma década de existência e ganham vida proximo ao período eleitoral.

Os atores políticos selecionados para análise discursiva das *fake news* e desinformação foram: Fernando Haddad, Jean Wyllys, Manuela D'Ávila, Marcelo Freixo, Marielle Franco, Maria do Rosário, além de três partidos políticos: PT, PSOL e PCdoB. A escolha desses políticos foi por figurarem como vítimas de *fake news* ao longo dos anos. Não fazem parte dessa análise os dois ex-presidentes: Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Vanda Rousseff – ambos pelo PT. O motivo da exclusão desses dois nomes na pesquisa, mesmo sendo figuras notáveis da esquerda, ocorre em razão dos cargos que ocuparam e conseqüentemente do alto número de desinformação que ambos sofreram, o que, por si só, já merece uma outra análise sobre os tipos de *fake news* característicos de um presidente.

As análises pretendidas foram realizadas com o auxílio do programa *Iramuteq*, versão 0.7 *alpha 2*, o qual se volta às análises de palavras, tendo como base a forma de aparição e a repetição dos termos, dentro dos textos, facilitando assim, a identificação de relações de proximidade e similaridade entre as palavras. No caso dos resultados pretendidos, esse modelo de análise permitiu

categorizar e elencar os termos ligados à propagação das notícias falsas, associados à imagem dos atores e partidos políticos analisados.

Para efeitos de classificação, os assuntos envolvidos foram divididos em seis grandes temas:

CA (Cultura e Artes): nesse arcabouço estão relacionados os boatos que envolvem artistas e temas culturais – sempre de forma pejorativa – associados aos políticos e partidos de esquerda;

CFE (Corrupção e Fraude nas Eleições): nesse conjunto de temática estão as desinformações que envolvem a esquerda com práticas de corrupção e fraude nas eleições;

COMUNISMO: nessa temática estão os temas que vinculam a esquerda ao comunismo;

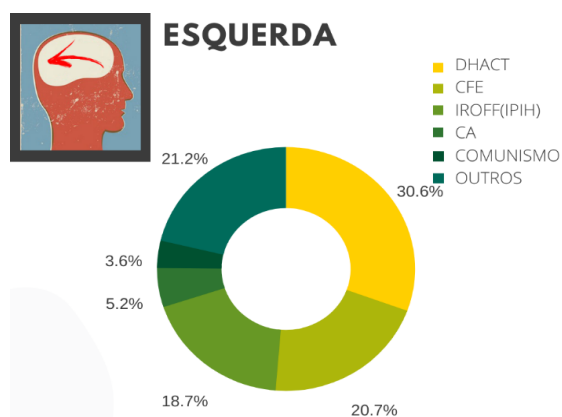
DHACT (Direitos Humanos e Associação ao Crime e ao Tráfico): nesse guarda-chuva de temas estão os assuntos que associam a esquerda a ações que a liguem a traficantes e outros tipos de criminosos, além daqueles que associam de forma negativa o tema Direitos Humanos à agenda esquerdista;

IROFF (IPIH) (Intolerância Religiosa e Ofensa à Fé e à Família Cristã: Ideologia de Gênero, Pedofilia, Incesto e Homossexualidade): nesse arcabouço estão vários temas agregados que dialogam entre si e tratam de temas tabus que supostamente ofendem a religião e a família tradicional, além da falsa associação a temas como incesto e pedofilia;

OUTROS: aqui estão todas as desinformações que não se encaixaram nos temas acima e possuem as mais diversas vertentes.

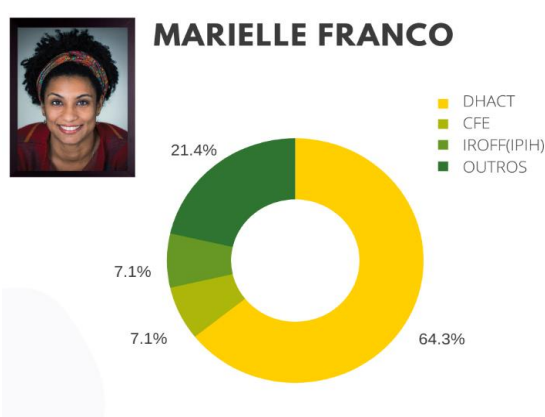
A seguir serão postos os gráficos dos atores pesquisados e as análises realizadas:

Gráfico 1 - Dados relacionados à esquerda



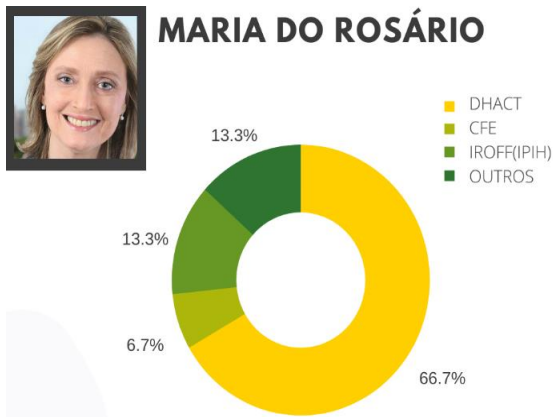
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2 - Marielle Franco



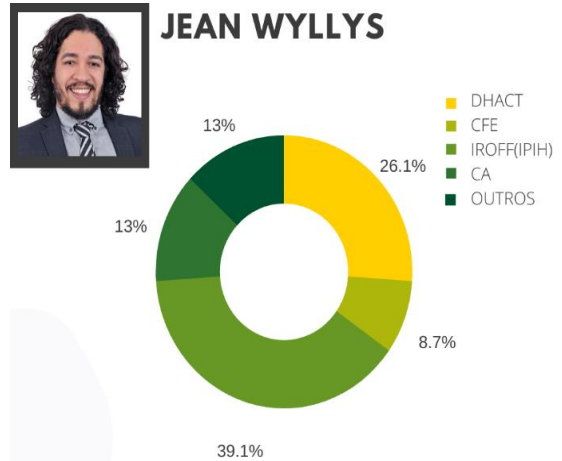
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2 - Maria do Rosário



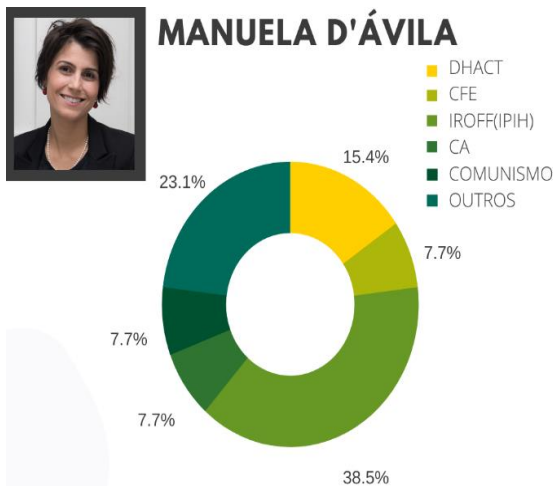
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 1 - Jean Wyllys



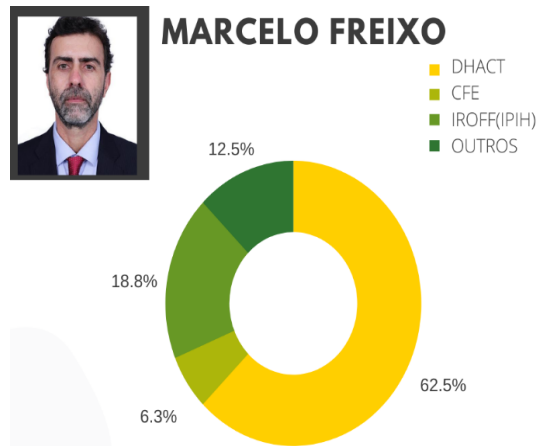
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 5 - Manuela D'Ávila



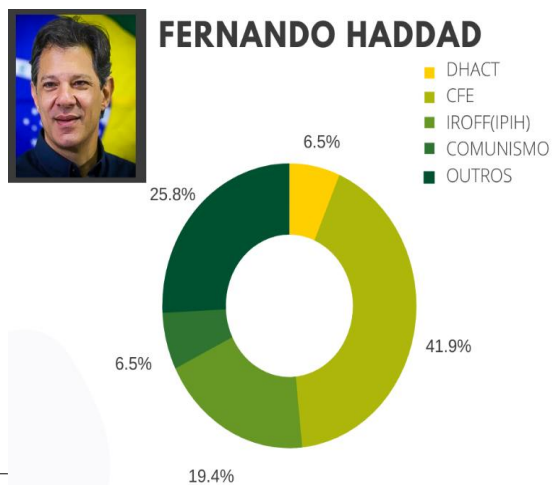
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 6 - Marcelo Freixo



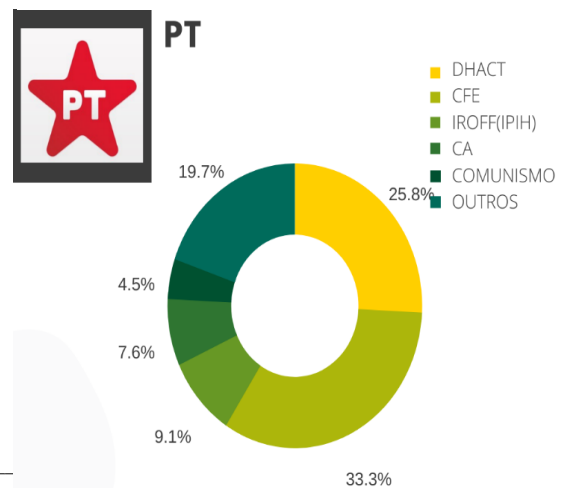
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 7 - Fernando Haddad



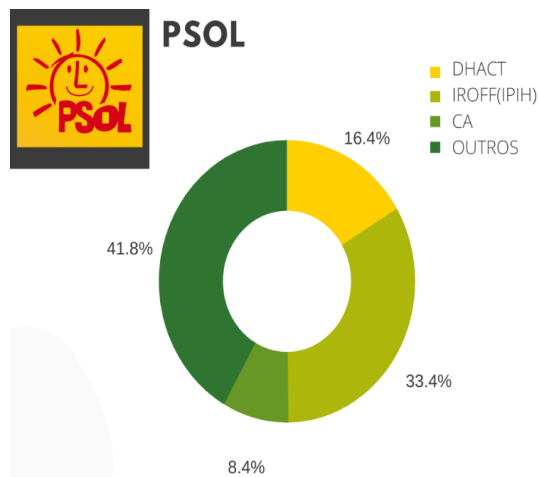
Revista Desenvolvimento Socioeconômico em debate v.8 n.1 (2022)

Gráfico 8 - PT



Fonte: Elaboração própria

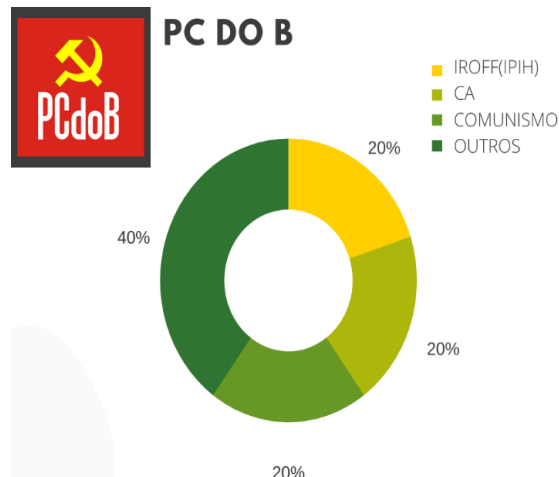
Gráfico 9 – PSOL



Fonte: Elaboração própria

Fonte: Elaboração própria

Gráfico 10 – PC do B



Fonte: Elaboração própria

Embora o discurso das *fake news* não seja o mesmo que o da mídia, é inegável que é similar e tenta se passar por verdadeiro ao ganhar um caráter factual. Ele não pode ser caracterizado como midiático devido à falta de verdade, mas é uma tentativa de imitá-lo. Ele também não é um discurso político, no entanto, utiliza-se desse para convencer. Por isso, defendemos um conceito de discurso próprio para as *fakes news*, o qual denomino de “discurso da desinformação política”, uma vez que não há notícias, mas *fake news*. Devido à similaridade com o jornalismo, utilizaremos o contrato midiático de Charaudeau. O discurso da desinformação é o oposto das mídias. Se não são possíveis a transparência e a objetividade no discurso jornalístico, no da desinformação a falta desses elementos é perceptível principalmente pelo uso de adjetivos que desqualificam o ator tratado. Entre o fazer saber e o fazer sentir que são intrínsecos ao jornalismo, este último saber é aflorado no discurso da desinformação, visto que os textos criados objetivam causar revolta no leitor, produzindo os efeitos já mencionados de credibilidade e dramatização. O texto é sensacionalista e, no jargão jornalístico, ele também é vendável, o que ajuda explicar a sua rápida disseminação. Enquanto os efeitos de verdade são produzidos por textos científicos e jornalísticos, o valor da verdade se encontra nas *fake news*. E muitas vezes a informação é repassada por um líder, seja ele político ou religioso, o que aumenta o efeito da verdade da falsa notícia. O discurso da desinformação também utiliza elementos do discurso político, ao criar narrativas de bem contra o mal e apelar para o imaginário da tradição, justificando, assim, os discursos fóbicos e represálias quanto ao outro, além, claro, de ser um discurso

com clara intenção política ao tentar desconstruir e desqualificar o adversário por meio de mentiras. Desse modo, o contrato permite apontar as marcas linguísticas de persuasão e efeito de verdade. Na situação de comunicação a seguir, a notícia é substituída pela desinformação – podendo ser um conteúdo de pós-verdade ou *fake news* – ao passo que o autor não é mais o jornalista, mas pode ser um político divulgando uma mentira com valor de verdade ou ainda, no caso da *fake news*, um sujeito que é desconhecido, mas existente e produtor de conteúdo.

No caso do discurso das mídias e do político, é fácil identificar o sujeito. Situação essa que não ocorre com as *fake news*, já que é própria do boato a não identificação do sujeito. No discurso da desinformação, há a pós-verdade e as *fake news*. Conforme explicado por Zoppi-Fontana (2021), na pós-verdade existe a identificação do sujeito, mas isso não é possível nas *fake news*. O fato, contudo, de identificá-lo, não significa que ele não exista, mas apenas que não sabemos quem ele é. A situação de comunicação ocorre normalmente, por isso é perfeitamente aplicável a situação comunicacional. E como bem lembra Baudrillard (1997): o virtual é o que nos pensa: não há mais necessidade de um sujeito do pensamento, de um sujeito da ação, tudo se passa pelo viés de mediações tecnológicas.

Analisando de forma descritiva as desinformações catalogadas e desmentidas pelas agências/sites de checagem é possível chegar às seguintes conclusões: de forma geral, a esquerda brasileira é associada a uma deturpação do que seriam os Direitos Humanos e associação ao tráfico e toda espécie de crime (corresponde a 30,6% dos casos), respaldando assim a narrativa de que políticos da esquerda defendem bandidos porque também são bandidos ou com eles possuem uma estreita ligação. De forma equilibrada, outros dois temas pautam a desinformação contra a esquerda: IROFF (IPIH) - 18,7% e CFE (Corrupção e Fraude Eleitoral) com 20,7%. O primeiro trabalha com um componente de religiosidade e “família tradicional” que são bem presentes em grupos religiosos conservadores (sejam eles católicos ou protestantes). Logo temas que ameacem a liberdade religiosa ganham destaque entre os cristãos que em sua história sempre tiveram os mártires como pessoas valorizadas. Já temas que ataquem a família como homossexualidade – que contraria o relato bíblico do livro de Gênesis para os cristãos –, pedofilia, incesto e a chamada ideologia de gênero vão de encontro ao que é propagado pela maioria das igrejas cristãs, associando assim a esquerda como contrária à Bíblia e ao cristianismo. Já a corrupção e a fraude eleitoral (CFE) também são um tema que aparece na mesma proporção que os de intolerância religiosa e ataque à família. É uma forma de relacionar a corrupção com a esquerda a fim de que uma se torne sinônimo da outra. A fraude nas eleições é um tema que foi alvo de muita desinformação, principalmente por aqueles que não demonstram confiança na urna eletrônica. Em proporção menor, mas que também chama atenção, há outros dois temas: um que liga de forma negativa cultura e artistas e o outro: o comunismo. E por fim

uma classificação para abranger os temas que não fazem parte desses cinco subconjuntos, denominado “Outros”. Boatos antigos são ressuscitados como se fossem novos e são amplamente compartilhados pelas redes sociais. O ápice das *fake news* no Brasil ocorre sempre no período eleitoral. Embora ocorram em qualquer época do ano, elas voltam a circular com força com a proximidade de cada pleito. Assim sendo, grandes temas do processo eleitoral ficaram ofuscados pela avalanche de desinformação propagada. Ainda que houvesse por parte da mídia a preocupação em tratar de temas de interesse público como reforma da previdência, trabalhista, tributária, o interesse do público se voltava mais para os temas do campo moral/religioso, muitas vezes ignorados. As *fake news* trabalham muito bem com o medo. O medo de o país virar comunista, da “ideologia de gênero” tomar conta de todas as escolas, da destruição dos valores familiares, enfim, temas que às vezes foram ignorados pela sua própria natureza por parte da imprensa, ganharam voz e eco nas redes de compartilhamento e figuraram como protagonistas no debate político. O discurso contra a esquerda encontra respaldo no discurso religioso, conservador, moralista e toca em temas sensíveis para a população brasileira. A catalogação das *fake news* permitiu descobrir que setenta por cento da desinformação propagada restringiram-se a três grandes temas: Direitos Humanos e Associação ao Crime e ao Tráfico, Corrupção e Fraude Eleitoral e Intolerância Religiosa e Ofensa à Fé Cristã. Esses temas transformam a Esquerda em um perigoso inimigo, em um mal que precisa ser combatido. É a satanização por meio de um bode expiatório apontada por Charaudeau (2016). As narrativas criadas mostram que os políticos e partidos esquerdistas preferem a defesa dos bandidos a lutar em favor do cidadão de bem, utilizam da corrupção em seus atos e buscam vencer as eleições mediante fraude, além de atentarem contra a fé cristã, ao erguerem bandeiras em favor da homossexualidade, da pedofilia e da ideologia de gênero. Logo, o discurso por trás da desinformação mostra que votar ou ser de esquerda é tomar uma posição que vai de encontro ao cristianismo e à família brasileira. E isso não é um discurso que circula apenas nas *fake news*, mas acaba por elas sendo legitimado. O discurso que traz a esquerda como inimiga não é muito diferente do mesmo praticado para justificar a ditadura e combater o comunismo (MARIANI, 1998). Por isso as *fake news* são aceitas e reverberam. Elas não trazem nada de novo, apenas alimentam um imaginário sociodiscursivo já construído anteriormente e constantemente retroalimentado. E ao virem em consonância com o viés de confirmação do indivíduo justifica-se o repasse ainda que o indivíduo tenha consciência de que o conteúdo seja falso. O trabalho procurou sistematizar como é o padrão das *fake news* que são produzidas contra a esquerda, independentemente do seu ator ou partido político, criando inclusive categorias de análises dos temas envolvidos. Em muitos casos, constatou-se que a desinformação gerou um efeito de hipocrisia, ao produzir informações completamente opostas à atuação parlamentar

do político em análise. Essa estruturação temática só mostra o nível de organização dos produtores de *fake news*. Além de organizada, a temática também é muito bem pensada, pois aborda assuntos que despertam a atenção dos usuários e promovem um efeito de compartilhamento.

Ao analisar os atores políticos envolvidos, percebe-se que há temáticas distintas para cada político. Maria do Rosário, Marielle Franco e Marcelo Freixo lideram as temáticas que envolvem Direitos Humanos e Associação ao Crime e ao Tráfico. Curiosamente são atores que pautaram os seus mandatos na defesa dos Direitos Humanos e no combate às milícias (Freixo e Franco) e nos crimes de exploração sexual (Rosário). Logo, é nítido que há uma inversão da desinformação. Aquilo que é bandeira do parlamentar acaba se voltando contra ele em forma de *fake news* e desinformação. Um exemplo clássico é quando tentam associar o marido de Marina Silva ao contrabando de madeiras como forma de deslegitimar toda a causa ambiental defendida pela ex-ministra do Meio Ambiente. Percebe-se que essa tática é comum no ambiente político.

Já os atores Jean Wyllys e Manuela D'Ávila lideram as temáticas envolvendo Intolerância Religiosa e Ataque à Fé e à Família Tradicional. Além de ser o primeiro parlamentar assumidamente homossexual, Wyllys fez carreira política no PSOL – partido que defende o socialismo – ao passo que Manuela D'Ávila no PCdoB – partido de raiz comunista. Logo, a desinformação que é transmitida é que esses atores poderão impedir a liberdade religiosa no país além de ridicularizarem a fé cristã. Ao recorrer à história da liberdade religiosa no país, coube ao deputado federal comunista Jorge Amado propor uma emenda à Constituição de 1946, garantindo assim pela primeira vez a liberdade de crença no Brasil.

E por fim, o último ator político analisado é Fernando Haddad. A temática que envolve o seu nome e ocupa praticamente metade das desinformações está relacionada à Corrupção e Fraude Eleitoral. O tema aumentou consideravelmente quando ele foi alçado candidato a presidente, vinculando o nome do político a diversas práticas de corrupção. Essa temática também é protagonista quando o ator envolvido é do Partido dos Trabalhadores (PT), seguida pela errônea associação dos Direitos Humanos ao Crime. Logo, o principal partido de esquerda da América Latina é visto no discurso da desinformação como um partido corrupto com associação ao crime e que defende criminosos.

Já o Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) tem seu nome vinculado à Intolerância Religiosa e Ataque à Família e Fé Cristã. Isso ocorre porque é um partido que defende minorias como os LGBTQIA+, o que soa um ataque para alguns grupos religiosos. Por outro lado, o Partido Comunista do Brasil não se destacou em nenhum tipo de desinformação, tendo suas *fake news* espalhadas nas mais diversas temáticas. Quando ele se situa ao lado do PT, o boato veiculado é de associação ao

crime ao queimar a bandeira nacional, logo, a seu respeito veicula-se a imagem de uma agremiação que não possui patriotismo. E na única desinformação que une todos os partidos de esquerda, o assunto é a Marcha para Satanás, caracterizando assim o viés contra o cristianismo dos partidos esquerdistas.

Aplicando o contrato de informação midiático ao que denominamos contrato de desinformação, não há clara a figura do jornalista para determinar aquilo que será pautado, mas é certo que existem os *gatekeepers* que são desconhecidos do público. Compete a eles determinar os temas (ou propósitos se pensarmos em Charaudeau) que serão discutidos pela sociedade. Assim como na Agenda Setting, eles não têm o poder de determinar o que as pessoas vão pensar, mas podem colocar o assunto no debate público. Na esteira de Charaudeau (2019), pode-se fazer uma análise discursiva com base nos propósitos. Estes determinam os modos de tematização (organização dos temas e subtemas do gênero). E no discurso da desinformação, há um propósito que se destaca contra a esquerda: DHATC. Praticamente um terço da desinformação propagada contra a Esquerda está em associar os Direitos Humanos ao Tráfico e ao Crime. A preocupação não é mais se o propósito levantado é verdadeiro ou não, mas o efeito de verdade que é construído em cada grupo social. Logo, um grupo que tem receio da temática dos Direitos Humanos, tende a acreditar nas *fake news* que tratam o tema. Dessa forma, o Eu-Enunciador, ao visar ao seu efeito de discurso, seleciona o tema que será trabalhado. E tais propósitos são elencados à semelhança do que ocorre com a Teoria do Agendamento.

5. À GUIA DE CONCLUSÃO

Fake news é um problema que afeta diretamente a democracia, e passa obrigatoriamente pelas lentes da Ciência Política e da Comunicação. E não para por aí. Um tema cada vez mais complexo, também é objeto de estudo do Direito, da Comunicação, da Análise do Discurso e outras áreas. É preciso compreender que politicamente as *fake news* estão atreladas à emergência do populismo de direita, a uma crise no sistema democrático e que no Brasil elas emergem com a saída da chamada “direita envergonhada” do armário e potencializa com o sentimento de antipetismo. É preciso entender também que embora a mentira política seja algo milenar, as *fake news* não o são. É um fenômeno moderno e só possível sua existência graças às tecnologias de informação.

O regime democrático – em crise cada vez mais acentuado - deve conviver com as *fake news* ainda por um bom tempo. Seria inocente acreditar que a estagnação da extrema direita resultaria no declínio da desinformação. Embora tenha surgido em um contexto político bem específico, as *fake news* devem ter vida longa no mundo e no Brasil. E não é algo mais a se esperar a cada eleição, mas

algo contínuo e permanente que pode ser usado tanto pelo governo como pela oposição. A desinformação nadou lado a lado com o populismo de extrema direita e mesmo que esse último dê uma trégua, a desinformação não. É mais um problema da democracia contemporânea. E a sua solução parece estar sem resposta assim como os grandes problemas que geram a crise da democracia. Castells (2002) menciona alguns riscos da democracia como o perigo de uma personalização exacerbada da liderança, simplificação da mensagem bem versus mal (para não fazermos uma adaptação à la brasileira do cidadão do bem), valores morais e religiosos como parâmetro da vida pública e o mundo fora do controle, precisando de alguém com pulso firme para governar.

Rego e Barbosa (2020) apontam para uma construção intencional da ignorância. A desinformação não é mais algo somente para desconstruir a imagem do adversário, mas uma ameaça à ciência, à vida. O maior exemplo de desinformação nesse aspecto esteve relacionado à pandemia. A COVID foi tratada com uma simples gripe, as vacinas desvalorizadas e as medidas sanitárias como um ataque à classe trabalhadora. O excesso de informações fez a OMS criar o termo infodemia devido ao grande número de informações sobre o tema e sempre com o surgimento de rumores, desinformação e manipulação de informações. Antes, a informação falsa poderia ser facilmente desmentida pela mídia e pela ciência. Agora, os políticos usam da pós-verdade para negar a ciência e atacar a imprensa nomeando de *fake news* tudo aquilo que desagrade aos seus ouvidos. No Brasil não foi diferente.

A arquitetura do discurso por trás das *fake news* contra a esquerda brasileira mostrou algo engendrado, bem orquestrado e com temas muito bem selecionados. Não foram simples boatos, mas mentiras friamente calculadas e/ou histórias descontextualizadas para dar o efeito de verdade esperado. E por mais bizarros e absurdos que fossem alguns temas, eles ganharam notoriedade, principalmente no processo eleitoral.

Boatos antigos são ressuscitados como se fossem novos e são amplamente compartilhados pelas redes sociais. O ápice das *fake news* no Brasil ocorre sempre no período eleitoral. Embora as *fake news* ocorram em qualquer época do ano, elas voltam a circular com força, com a proximidade de cada pleito. Grandes temas do processo eleitoral ficaram ofuscados pela avalanche de desinformação propagada. Ainda que houvesse por parte da mídia a preocupação em tratar de temas de interesse público como reforma da previdência, trabalhista, tributária, o interesse do público se voltava mais para os temas do campo moral-religioso, muitas vezes ignorados. As *fake news* trabalham muito bem com o medo. O medo do país virar comunista, da “ideologia de gênero” tomar conta de todas as escolas, da destruição dos valores familiares, enfim, temas que às vezes foram

ignorados pela sua própria natureza por parte da imprensa, ganharam voz e eco nas redes de compartilhamento e figuraram como protagonistas no debate político.

O discurso contra a esquerda encontra respaldo no discurso religioso, conservador, moralista e tocam em temas sensíveis da população brasileira. A catalogação das fake news permitiu descobrir que setenta por cento da desinformação propagada restringiu-se a três grandes temas: Direitos Humanos e Associação ao Crime e ao Tráfico, Corrupção e Fraude Eleitoral e Intolerância Religiosa e Ofensa à Fé Cristã. Esses temas transformam a Esquerda em um perigoso inimigo, em um mal que precisa ser combatido. É a satanização por meio de um bode expiatório apontado por Charaudeau (2016).

Logo, o discurso por trás da desinformação mostra que votar ou ser de esquerda é tomar uma posição que vai de encontro ao cristianismo e à família brasileira. E isso não é um discurso que circula apenas nas *fake news*, mas acaba por elas sendo legitimado. Esse mesmo discurso também é visto no púlpito de igrejas, em grupos de amigos, enfim, ele sempre existiu. A Direita sempre viveu sob o fantasma do comunismo que viu ressuscitado nos últimos anos. O discurso que traz a esquerda como inimiga não é muito diferente do mesmo praticado para justificar a ditadura. Por isso que as *fake news* são aceitas e reverberam. Elas não trazem nada de novo, apenas alimentam um imaginário sociodiscursivo já construído anteriormente e constantemente retroalimentado.

Se por um lado o caminho das *fake news* parece sem volta, por outro a democracia vai encontrando alternativas para conviver com elas. A imprensa, ainda que sob ataque, desenvolveu mecanismos de *fact-checking* que confrontam o discurso da desinformação. As redes sociais passaram a bloquear conteúdos falsos e suspender usuários propagadores de *fake news*. Há quem aposte na educação nas escolas e universidades, como é caso de Charaudeau (2020), como instituições capazes de fornecer ferramentas intelectuais que possibilitem que as pessoas compreendam e identifiquem as *fake news*.

O discurso da desinformação precisa ser entendido à semelhança do que ocorre com o político e o midiático. Assim como no político, o discurso da desinformação apresenta o mal (adversário político) e aquele que pode vencer o mal (político) e para isso usa as estratégias de desqualificação do adversário, além usar frases curtas e de fácil entendimento, produzindo assim condições de veracidade. E assim como o midiático, ele também usa do sensacionalismo para vender e muitas vezes usa de fiadores como líderes políticos ou religiosos para dar respaldo ao discurso.

Nesse ponto, o trabalho apresentou como é estruturado o discurso da desinformação analisando atores e partidos políticos da esquerda. E o ponto que converge com todos os atores diz respeito à pauta moral. Isto é, um reflexo do pensamento da extrema direita que defende a família

patriarcal e heteronormativa, o ressurgimento do nacionalismo e traz para o centro da agenda política temas como aborto, identidade de gênero, políticas LGBTQIA+ deixando a pauta econômica em segundo plano. E é pela defesa dessas pautas que se consegue aprovar medidas impopulares. Por isso o ataque a figuras de esquerda também é um ataque à pauta econômica de esquerda, mas esse debate sempre ficará ofuscado pelos temas morais.

A Ciência Política, ao se debruçar sobre as *fake news*, consegue entender o contexto do seu surgimento e as razões da sua expansão, sempre associados à descrença das instituições, da mídia, enfim um reflexo da crise da democracia. O populismo flerta melhor com a crise e oferece respostas simples aos problemas complexos. Charaudeau (2018) explica que o político molda o seu discurso em consonância com a Opinião Pública, e que é comum votar em alguém tendo como base a imagem do político, e não seu programa de governo. Logo, as *fake news* produzidas são aquelas que despertam sentimentos como revolta e ódio nas pessoas pois conseguem flertar com os imaginários sociodiscursivos da Teoria Semiolinguística.

Referente à Análise de Discurso de Charaudeau utilizada como suporte metodológico deste trabalho, ela foi importante por servir como base para a formulação do discurso da desinformação, fornecendo conceitos importantes dos discursos midiático e político, além de trazer o conceito de propósitos (temas) e de como a existência e a credibilidade deles não são importantes, mas sim os efeitos de verdade que trazem, que dependem das representações sociais e dos imaginários de cada pessoa. O imaginário de tradição, em especial utiliza de discursos fóbicos (quase que regra nos discursos de desinformação) para se justificar. Compreendida a força e a importância do imaginário, entende-se a retumbância da desinformação que consegue dialogar com a crença do seu destinatário.

O trabalho conseguiu sistematizar como é o padrão das *fake news* que são produzidas contra a esquerda, independentemente do seu ator ou partido político, criando inclusive categorias de análises dos temas envolvidos. Em muitos casos, a desinformação produziu um efeito de hipocrisia, ao veicular informações completamente opostas à atuação parlamentar do político em análise. Essa estruturação temática só mostra o nível de organização dos produtores de *fake news*. Além de organizada, a temática também é muito bem pensada, pois traz assuntos que despertam a atenção dos usuários e promovem um efeito de compartilhamento. Apesar do esforço em catalogar as *fake news* produzidas ao longo de oito anos, essa lista não é conclusiva. Outras surgirão, e as antigas ganharão nova roupagem. A desinformação ainda tem um longo caminho a percorrer.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ronaldo. Deus acima de Todos. **Democracia em Risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ALONSO, Angela. A comunidade moral bolsonarista? **Democracia em Risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

BARBOSA, Mariana. **Pós-verdade e Fake News: Reflexões sobre a guerra de Narrativas**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

BAUDRILLARD, J. **A arte da Desaparição**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

BELLO, Enzo; CAPELA, Gustavo; KELLER, Rene José. Operação Lava Jato: ideologia, narrativa e (re)articulação da hegemonia. **Revista Direito e Praxis**. Rio de Janeiro: v. 12, n. 3, p. 1645-1678, 2021.

BENNETT; et al. Populist Communication on Social Media. **Demos: Democratic Efficacy and the Varieties of Populism in Europe**, 2020

BERNARDI, Ana Julia Bonzani; COSTA, Andressa Liegi Vieira. Populismo e fake news na era da pós-verdade: comparações entre Estados Unidos, Hungria e Brasil. **Revista Cadernos de Campo**. Araraquara: n. 28. p. 385-412, 2020.

BRUZZONE, Andrés. **Ciberpopulismo: política e democracia no mundo digital**. São Paulo: Contexto, 2021.

BUCCI, Eugênio. 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

CASTELLS, Manuel. A política informacional e a crise da democracia. **O poder da Identidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

_____. **Ruptura: A crise da democracia liberal**. São Paulo: Zahar, 2018

CHARAUDEAU, Patrick. **A conquista da Opinião Pública: Como o discurso manipula as escolhas políticas**. São Paulo: Contexto, 2016.

_____. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2018.

_____. **Discurso Político**. São Paulo: Contexto, 2019.

_____. Fake news quebram vínculos de confiança e abrem as portas para o populismo', diz Charaudeau. In: **Instituto de Ciências Agrárias – ICA UFMG**. 2020. Disponível em: <https://www.ica.ufmg.br/?noticias=fake-news-quebram-vinculos-de-confianca-e-abrem-as-portas-para-o-populismo-diz-charaudeau>. Acesso em 20 set. 2022

DILUAR, Mariana Guéleri. **A complexidade do conceito do populismo: o populismo clássico latino-americano os debates atuais sobre o conceito**. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), UNESP, 2020.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Salvador: Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, 2020.

FERREIRA, Wilson; TEIXEIRA, Ana Paula. Agenda Setting. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org). **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

GALLEGRO, Esther Solano; ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Marcio Moretto. Guerras culturais e populismo antipetista nas manifestações por apoio à Operação Lava Jato e contra a 183 reforma de previdência. **Em Debate**. Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 35-45, 2017.

GALLEGRO, E. S. La bolsonarización de Brasil. **Documentos de Trabajo IELAT**. Alcalá de Henares, n.121, 2019. Disponível em: https://ielat.com/wp-content/uploads/2019/03/DT_121_Esther-Solano-Gallego_Web_abril-2019.pdf. Acesso em: 31 mai. 2019.

GOMES, Aureo de Toledo. Democracia como significante vazio: Promoção democrática na política externa dos Estados Unidos (2001-2008). **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 9, 2016.

LACLAU, Ernesto. **Emancipação e diferença**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2011.

_____. **A Razão Populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LEVITSKY, Steven; ZIBLAT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

MARIANI, Bethania Sampaio Correa. **O PCB e imprensa: os Comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)**. Campinas: UNICAMP, 1998.

PRZERWORSKI, Adam. **Crises da Democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

RÊGO, Ana Regina; BARBOSA, Marialva. **A construção intencional da Ignorância**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2020.

SOPRANO, Paula; VALERA, Gabriela. **Ecos da Guerra aos Fatos**. 2018. Disponível em: <https://epoca.oglobo.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2018/01/ecos-da-guerra-aos-fatos.html>. Acesso em: 20 jan. 2018.

TARTÁGUILA, Cristina; ORTELADO, Pablo. **Entrevista concedida à CBN**. São Paulo, 4 de jan. De 2018 Disponível em: <<https://soundcloud.com/lupanews/polarizacaopolitica-e-redes-sociais-propiciam-aumento-das-fake-news>> Acesso em 21 maio 2020

TORMEY, Sidney. **Populismo: uma breve introdução**. São Paulo: Cultrix, 2019.

WARDLE, Claire; et al. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Europe: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 12 jan. 2020.

ZIMDARS, Melissa; KEMBREW, Mcleod. **Fake news**: Understanding Media and Misinformação in the Digital Age. Cambridge: The MT Press, 2020.

ZOPPI-FONTANA, Mônica Graciela. Pós-verdade e enunciação política. In: CURCINO, Luzmara; SARGENTINI, Vanice; PIOVEZANI, Carlos (org.). **Discurso e (Pós) Verdade**. São Paulo: Parábola, 2021, 133-166.

ZUCKERMAN, Ethan. **Stop saying "fake news". It's not helping**. Blog, 2017. Disponível em: <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>. Acesso em 20 out.2021