

COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

Miguel Rodrigues Netto
(Organizador)

2



Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais 2

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Mariane Aparecida Freitas
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: Miguel Rodrigues Netto

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação: mídias, temporalidade e processos sociais 2 /
Organizador Miguel Rodrigues Netto. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-540-9

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.409211410>

1. Comunicação. 2. Mídias. I. Rodrigues Netto, Miguel
(Organizador). II. Título.

CDD 302.23

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

O livro “Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais 2” é uma obra multidisciplinar que reúne estudos científicos de pesquisadores de diversas partes do país e do exterior sob o eixo problematizador da mídia e de suas relações na sociedade. Ao todo dezessete capítulos estão reunidos neste segundo volume que consolida norteamentos presentes na primeira obra e ainda avança sobre temáticas novas que apontam para interdisciplinaridades ainda não exploradas.

A obra começa com um bloco de capítulos que dialogam diretamente com o fazer jornalístico como no caso do estudo sobre o gênero opinativo em revistas da área de saúde e também na fotografia jornalística como ferramenta para alunos ou mesmo no estudo sobre dispositivos móveis e construção da notícia. Percebemos neste primeiro bloco que embora o eixo norteador seja a visão jornalística, existe forte articulação com outras áreas como educação, política e cultura.

No segundo bloco de capítulos as pesquisas se abrem para outros campos da comunicação mantendo o perfil multidisciplinar da obra como pode ser visto nos estudos “Apontamentos sobre biopoder, biopolítica e biopotência na comunicação comunitária no ciberespaço”; “Ciberdemocracia e *fake news*: reflexões sobre o período eleitoral de 2018” e “O agro em tempos de pandemia: economia e saúde na textualização do político pela mídia”. Tais estudos se dão no campo comunicacional, mas é inegável a habilidade dos pesquisadores em dialogar com outras ciências produzindo estudos complexos e multifacetados.

No último bloco de textos aparecem aquelas pesquisas que dialogam de forma mais transversal e autônoma com as mídias, problematizando a partir de seus conhecimentos aspectos que perpassam pela relação com os meios. É possível nestes textos identificar abordagens a partir da sociologia, política, psicologia e filosofia. Tais abordagens não estão estanques, mas sim em movimento e influenciando na conceituação de fenômenos comunicacionais.

O objetivo central deste livro em seu segundo volume é ampliar ainda mais o diálogo multidisciplinar, o que pode ser verificado pela formação dos pesquisadores que perpassam por diversos campos do saber acadêmico e emprestam seus olhares a esta obra coletiva, escrita a muitas mãos, corações e mentes. A atualidade das discussões aponta para o momento em que vivemos que produz a inquietação do porvir e aguça o senso investigativo em busca de respostas que por sua dinâmica espiral produzem mais perguntas.

A imersão cibernética ocorreu de forma abrupta para muitos produzindo uma overdose de informações. Muitos estão cansados de lives, reuniões e eventos virtuais e do trabalho home-office, mas no novo normal estes processos sociais vieram para ficar. As plataformas digitais e o universo midiático que entraram definitivamente na vida das pessoas com o advento da pandemia da Covid-19, parece já causar menos estranhamento e começa a ser

mais desvelado tanto pelos estudiosos quanto pelos usuários.

Desejamos que Comunicação: Mídias, temporalidade e processos sociais 2 seja motivadora para seus objetivos em busca fontes para pesquisas futuras ou boa leitura e entretenimento. Afinal nestes tempos de pós-verdade e *fake news*, o que importa é a informação confiável e bem fundamentada.

Miguel Rodrigues Netto

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

DISPOSITIVOS MÓVEIS E CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA: UMA ANÁLISE DIANTE DA PARTICIPAÇÃO DO REPÓRTER LAERTE CERQUEIRA NA COBERTURA DO ATENTADO TERRORISTA DE BARCELONA

Miguel Rodrigues Netto

Daliana Martins Oliveira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114101>

CAPÍTULO 2..... 15

CARACTERÍSTICAS DO GÊNERO OPINATIVO NAS REVISTAS VEJA SAÚDE E VIVA SAÚDE

Brunna Ingrid Pinheiro de Sousa


Flaubert Cirilo Jerônimo de Paiva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114102>

CAPÍTULO 3..... 34

EFEITOS DE SENTIDO SOBRE UMA PRÁTICA DISCRIMINADA: A CONSTRUÇÃO DE UMA MULHER MIGRANTE EM REPORTAGEM

Nádia Dolores Fernandes Biavati

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114103>

CAPÍTULO 4..... 46

FOTOGRAFIA JORNALÍSTICA COMO FERRAMENTA PARA ALUNOS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA


Ismael García-Herrero

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114104>

CAPÍTULO 5..... 52

O PAPEL DA MÍDIA IMPRESSA NO PROCESSO DE CONFIGURAÇÃO DO ATOR DA ENUNCIÇÃO, PARTICIPANTE DAS MANIFESTAÇÕES DE JUNHO DE 2013 NA CIDADE DE SÃO PAULO

Tânia Regina Exposito Ferreira


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114105>


CAPÍTULO 6..... 64


REPRESENTAÇÕES POLÍTICAS NO SUPLEMENTO INFANTIL GURILÂNDIA: DIREITOS HUMANOS, CIVIS, POLÍTICOS E SOCIAIS NO JORNAL ESTADO DE MINAS DOS ANOS DE 1956 A 1964

Aline Choucair Vaz

Eliana Eduardo Gomes da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114106>

CAPÍTULO 7	74
APONTAMENTOS SOBRE BIOPODER, BIOPOLÍTICA E BIOPOTÊNCIA NA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NO CIBERESPAÇO	
Patricia Franck Pichler Maria Ivete Trevisan Fossá	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114107	
CAPÍTULO 8	86
CIBERDEMOCRACIA E FAKE NEWS: REFLEXÕES SOBRE O PERÍODO ELEITORAL DE 2018	
Lohaynne Silva Gregório Perini	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114108	
CAPÍTULO 9	100
O AGRO EM TEMPOS DE PANDEMIA: ECONOMIA E SAÚDE NA TEXTUALIZAÇÃO DO POLÍTICO PELA MÍDIA	
Débora Pereira Lucas Costa Milton Mauad de Carvalho Camera Filho Cristinne Leus Tomé	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.4092114109	
CAPÍTULO 10	111
VISUALIDADE ALGORÍTMICA E CARTOGRAFIA CIDADÃ DA PANDEMIA - COVID-19	
Kenzo Soares Seto	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141010	
CAPÍTULO 11	123
MÍDIAS SOCIAIS E PROPAGANDA POLITICA ENTRE MANIPULAÇÃO E CENSURA	
Edgar Esquivel Solís	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141011	
CAPÍTULO 12	138
COMUNICAÇÃO E CIDADANIA CORPORATIVA: A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE	
Mafalda Eiró-Gomes Ana Luísa Raposo	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141012	
CAPÍTULO 13	151
COMUNICACIÓN: MEDIOS, TEMPORALIDAD Y PROCESOS SOCIALES 2	
Elizabeth Carabalí Donneys	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141013	
CAPÍTULO 14	156
REDES SOCIAIS E COMUNIDADES DE PRÁTICAS	
Luiz Carlos Affonso	


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141014>

CAPÍTULO 15..... 178

TRANSTORNO MENTAL E ESTEREÓTIPOS: A PROPAGAÇÃO PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Nadya Maria Macedo Pereira

Eliane Ribeiro Magalhães Fortes de Melo


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141015>

CAPÍTULO 16..... 190

IDOLS EM DRAMAS TELEVISIVOS CHINESES: CONTEXTO HISTÓRICO, POP E SUBVERSÃO POLÍTICA EM *THE UNTAMED*

Tatiana Machado Boulhosa

Guilherme William Udo Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141016>

CAPÍTULO 17..... 202

AS RELAÇÕES HUMANAS EM TEMPOS DE UMA NOVA ERA VIRTUAL

Victor Antunes de Souza Serrão

Jadson Justi

Edriline Barbosa Lima Justi

Jamson Justi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.40921141017>

SOBRE O ORGANIZADOR..... 220

ÍNDICE REMISSIVO..... 221

CAPÍTULO 8

CIBERDEMOCRACIA E *FAKE NEWS*: REFLEXÕES SOBRE O PERÍODO ELEITORAL DE 2018

Data de aceite: 01/10/2021

Data de submissão: 29/06/2021

Lohayne Silva Gregório Perini

Pós-graduada em Ciência Política pela
Universidade Candido Mendes
Campos dos Goytacazes – RJ
<http://lattes.cnpq.br/2545455445500608>

Artigo apresentado ao Eixo Temático 28 - Jornalismo de Dados, Ética da Informação, Fake News e Crise dos Pontos de Vista Centrais, no XIII Simpósio Nacional da ABCIBER 2020. Publicação em anais disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/abciber/abciber13/paper/view/1342>.

RESUMO: À luz de autores como Lévy (1999), Arendt (1989), Castells (1999) e Rini (2017), a pesquisa buscou delimitar os conceitos de ciberdemocracia e *fake news*, trazendo reflexões sobre a disseminação das mesmas no ciberespaço, principalmente no período que antecede às eleições. Apresentando, ainda, estudos recentes sobre o tema e exemplificando situações reais, o presente trabalho tem como objetivo fornecer elementos para fomentar a discussão sobre a influência das *fake news* no debate público e identificar medidas adotadas pela imprensa e pelo Tribunal Superior Eleitoral para combater a ampla divulgação das notícias falsas.

PALAVRAS-CHAVES: Ciberdemocracia. Ciberespaço. *Fake News*. Eleição.

CYBERDEMOCRACY AND FAKE NEWS: REFLECTIONS ON THE 2018 ELECTORAL PERIOD

ABSTRACT: Reading authors such as Lévy (1999), Arendt (1989), Castells (1999), and Rini (2017), the research defined concepts of cyber democracy and fake news, bringing reflections on their dissemination in cyberspace, especially in the period before the elections. Also presenting recent studies on the subject and exemplifying real situations, the work provides elements to encourage discussion about the influence of fake news in the public debate and identify measures adopted by the press and by the Superior Electoral Court to combat dissemination.

KEYWORDS: Cyberdemocracy. Cyberspace. Fake News. Elections.

1 | INTRODUÇÃO

O avanço das tecnologias de informação e a democratização do acesso à rede mundial de computadores conhecida como internet - processo intimamente ligado, no Brasil, à popularização e barateamento dos aparelhos de smartphones com acesso à grande teia - promoveu uma mudança no ambiente de informação, discussão e participação popular. Se antes para se informar o cidadão comum dependia de mídias de massa, como os populares veículos de televisão e rádio, agora, a internet torna-se a ferramenta fundamental no universo comunicacional, tornando o ciberespaço palco

das mais diversas discussões. A *Ágora*, que na Grécia Antiga ocupava o espaço físico da praça tornando-o o centro de debates sobre a polis (cidade), firma-se, no século XXI, neste novo ambiente: o mundo virtual. O estudioso e teórico Pierre Lévy (LÉVY, 1999), autor onde o presente busca proposições que delimitem esse novo universo, define em sua obra intitulada “Cibercultura”, o termo ciberespaço da seguinte forma:

(...) o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p.17).

A evolução das tecnologias de comunicação em todo mundo teve como um dos efeitos o grande volume de informações disponíveis a um clique, a velocidade de atualização das mesmas no ambiente virtual e a facilidade de compartilhamento por meio das redes sociais digitais permitem maior participação nas discussões públicas. A transferência desses debates de interesse público acerca de temas pertinentes à vida em sociedade - portanto, debates políticos - ao mundo virtual criou o que atualmente conhecemos pela nomenclatura ciberdemocracia. O termo foi assim conceituado pelo filósofo francês anteriormente citado, Lévy (LÉVY, 2003), mas nesta em sua obra de mesmo nome, intitulada “Ciberdemocracia”:

A espantosa disponibilidade das informações, de toda a espécie, respeitantes à vida política, assim como o frequentar de fóruns de discussão civilizados e bem organizados, tornam o debate político cada vez mais ‘transparente’ e preparam uma nova era do diálogo político que conduz a democracia a um estágio superior: a ciberdemocracia.” (LÉVY, 2003, p. 123-124).

A essa nova forma de comunicação, agora dominante e proporcionada pela interligação da rede mundial de computadores, Manuel Castells (CASTELLS, 2003), em sua publicação intitulada “A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade”, denomina sociedade em rede. De acordo com o autor, essa sociedade em rede é o local onde não há mais as barreiras e limitações físicas que antes conhecíamos. Nela ou por meio dela é possível ao indivíduo falar de qualquer lugar para qualquer lugar. Não existe, portanto, distanciamento físico entre enunciador e receptor da mensagem. Quase não há fronteiras visíveis para esse novo domínio tecnológico que vivenciamos e que domina basicamente todo o sistema de comunicação. É o que o estudioso conceitua como o “fim da geografia” como conhecemos.

“A era da internet foi aclamada como o fim da geografia. De fato, a internet tem uma geografia própria, uma geografia feita de redes e nós que processam o fluxo de informação gerados e administrados a partir de lugares. Como a unidade é a rede, a arquitetura e a dinâmica de múltiplas redes são as fontes de significados e função para cada lugar. ” (Castells, 2003, p.170).

Outro efeito da era presente é o grande alcance das redes sociais digitais. Tamanha capacidade de propagação, diante da queda das barreiras geográficas, potencializa os

discursos postados na internet e é neste terreno fértil e amplo que surgem o que neste trabalho vamos conceituar com o termo *fake news*. Especialmente nas redes sociais digitais que têm como premissa básica a formação de uma comunidade virtual, as notícias falsas encontram local ideal para produção e crescimento em larga escala. O indivíduo usuário da rede determina e escolhe com quais indivíduos irá se relacionar naquele ambiente, criando uma comunidade com quem compartilha de alguma identificação. É uma nova socialização, onde o contrato ainda não está claro, em virtude de sua tão recente implementação. Em seus estudos na obra publicada com o nome “A sociedade em Rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura”, Castells (CASTELLS, 1999) já identificava essa característica dos indivíduos terem a tendência de se agruparem em comunidades, conforme interesses e características compartilhadas, sendo os principais o que o autor conceitua como identidades primárias.

(...) identidades primárias: religiosas, étnicas, territoriais, nacionais. (...) Enquanto isso, as redes globais de intercâmbios instrumentais, conectam e desconectam indivíduos grupos, regiões e até países, de acordo com sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas. (Castells, 1999, p.23).

A construção dessas comunidades pode ser entendida como uma nova forma de socialização, porém, também como a criação de “bolhas”, onde indivíduos optam por interagir apenas com determinados outros. Dentro desse aspecto, ainda contribui a pesquisa de Castells (CASTELLS, 2000) em “A internet e a sociedade em rede”:

“A sociabilidade está se transformando através daquilo que alguns chamam de privatização da sociabilidade, que é a sociabilidade entre pessoas que constroem laços eletivos, que não são os que trabalham ou vivem em um mesmo lugar, que coincidem fisicamente, mas pessoas que se buscam (...)” (Castells, 2000, in: Moraes, p.274).

As notícias falsas, criadas e disseminadas intencionalmente no ciberespaço, tornam-se um risco à ciberdemocracia, uma vez que influenciam o debate público, e uma preocupação ainda maior em ano eleitoral. Conforme estudos analisados neste artigo, há ainda a atuação de robôs criados com o objetivo de propagar tais informações. A relevância do tema e a iminência de consequências no debate político levam às seguintes questões abordadas neste trabalho:

- Como podemos definir *fake News*?
- As *fake news* podem influenciar o debate político?
- Quais esforços estão sendo empreendidos para combatê-las?

Diante do grande volume de notícias fabricadas com intuito de enganar o leitor, algumas medidas já foram providenciadas: na grande imprensa, corporações se aliaram em projetos que visam checar as informações, com o comprometimento de desmentir as *fake news*. Em outra frente, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) se posicionou declarando que

atuará contra as notícias falsas e que as mesmas têm o potencial para suspender as eleições.

O presente artigo é resultado de estudos da autora desenvolvidos no curso de pós-graduação em Ciência Política pela Universidade Candido Mendes, concluído por esta no ano de 2018. O trabalho apresentado se debruça sobre o tema acima explicitado, esmiuçando a definição de *fake news* e analisando recentes casos reais de notícias falsas disseminadas no período anterior às eleições brasileiras majoritárias de 2018, além de apontar as possíveis consequências de uma interferência no pleito do ano corrente, sendo essa preocupação de estudiosos que também estudam tais influências no recente debate político eleitoral norteamericano. Utilizando como recurso metodológico a pesquisa bibliográfica e descritiva, em publicações de reportagens, legislações e posicionamentos do Tribunal Superior Eleitoral, o artigo tem como objetivo analisar o atual cenário, à luz de estudiosos como Pierre Lévy (LÉVY, 1999), Hannah Arendt (ARENDR, 1989), Manuel Castells (CASTELLS, 1999), Regina Rini (RINI, 2017) e demais pesquisadores que elucidaram ou subsidiaram conceitos aqui abordados.

2 | DESENVOLVIMENTO

O crescimento exponencial do uso da internet pelos brasileiros é demonstrado na Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (PBM 2016), onde a rede mundial de computadores figura como a segunda opção da população na busca pela informação. A investigação realizada pelo instituto IBOPE Inteligência ouviu 15.050 pessoas com 16 anos ou mais, utilizando como metodologia a entrevista face a face, no período de 23 de março de 2016 a 11 de abril de 2016, em 740 municípios. Como fonte de consumo de informação, a internet ficou atrás apenas da televisão, uma grande mudança para os padrões nacionais onde por muito tempo o veículo televisivo e o rádio permaneceram na liderança.

A PBM do ano de 2016 verifica que a rede mundial de computadores se cristaliza como segunda opção dos brasileiros na busca de informação, atrás somente da televisão. Quase a metade dos brasileiros (49%) declarou usar a web para obter notícias (primeira e segunda menções), percentual abaixo da TV (89%), mas bem acima do rádio (30%), dos jornais (12%) e das revistas (1%). (Secretaria Especial de Comunicação Social 2016, p.11).

A conclusão de que quase metade da população está consumindo informações através da rede mundial de computadores, sendo ou não a primeira fonte de uso, desperta preocupação a respeito da confiabilidade da mesma. Há facilidade de acesso e compartilhamento, mas também há facilidade em manipulação de informações, com ferramentas cada vez mais acessíveis e de simples interface. A manipulação de dados, fatos e acontecimentos sempre existiu, especialmente com objetivos políticos. Porém, diante do potencial de alcance da internet, principalmente por meio de redes sociais digitais e aplicativos de mensagens instantâneas, cresce o receio de que as notícias falsas possam agir em favor ou desfavor de algum ente, influenciando discussões e afetando a democracia,

por exemplo, ao interferir no resultado de eleições. Um caso extremo, mas que não pode ser descartado diante do potencial ainda pouco explorado do compartilhamento em massa, sendo impulsionado financeiramente ou por engajamento dos próprios usuários.

O termo *fake news* se popularizou e atualmente é centro dos mais diversos debates no ambiente virtual. Os estudos sobre o mesmo são recentes e autores buscam delimitar sua definição, bem como sua intenção e como se disseminam tão rapidamente pelos meios digitais. Para Regina Rini (RINI, 2017, tradução própria), pesquisadora que estudou a relação das notícias falsas com partidarismo no período eleitoral norte americano em seu artigo “Fake News and Partisan Epistemology”, é preciso diferenciar as *fake news* dos erros de apuração jornalística. Enquanto um claramente tem a intenção de enganar um determinado público, o outro ocorre do próprio procedimento jornalístico, que pode incorrer em erro ou imprecisão daquela informação, principalmente diante da necessidade de dar a notícia em tempo real, mas que precisa ser corrigido tão logo seja detectado a fim de contornar e diminuir as consequências. Evidenciar essa diferença é essencial para entendermos o real papel das notícias falsas.

Uma notícia falsa é uma que pretende descrever eventos em o mundo real, geralmente imitando as convenções tradicionais reportagem de mídia, ainda é conhecido por seus criadores para ser significativamente falso, e é transmitido com os dois objetivos de ser amplamente retransmitidos e de enganar pelo menos alguns de seu público. (RINI 2017, p. 45).

A autora delimita o estudo citado especificamente às redes sociais digitais e nele esmiúça a credibilidade avalizada às notícias falsas que, de acordo com esse viés, exploram práticas de transmissão de informação que podem ser consideradas razoáveis do ponto de vista epistemológico. Uma vez que sendo tão nova a própria rede social digital, os contratos normativos de transmissão de mensagem ainda estão sendo estabelecidos. Podemos concluir que há ainda lacunas que são preenchidas conforme interesses do enunciador. Desconsiderando a motivação financeira para a divulgação de *fake news* – quando corporações investem capital nesta atração como forma de aumentar cliques e atingir metas comerciais - este trabalho adota de Rini o conceito de notícias falsas “puras”, que tem como objetivo mudar estados epistêmicos e não meramente aumentar número de acessos.

Uma das grandes contribuições da autora é identificar o fiador das *fake news* como sendo o testemunho. Conforme Rini, a epistemologia do testemunho nos auxilia na compreensão de como tais construções podem alçar repercussões tão significativas.

Por que as pessoas acreditam em notícias falsas? Uma resposta inicial é bastante fácil; eles acreditam em notícias falsas porque são apresentadas a eles por meio de depoimentos e, como a maioria de nós, eles normalmente aceitam testemunhos de outras pessoas, todos os demais iguais. Notícias falsas aparecem em seus *feeds* de mídia social, evidentemente endossadas por pessoas em quem eles confiam (até certo ponto), e é natural acreditar no que seus amigos de confiança contam. (RINI, 2017, p.46).

A preocupação de que as *fake news* sejam utilizadas para interferir no debate eleitoral brasileiro levou a pesquisas sobre o tema, ainda que de forma inicial no primeiro momento, mas com conclusões sólidas que certamente subsidiarão outros estudos sobre o tema que não se esgota: a instantaneidade e a velocidade da disseminação acompanha a exponencial evolução tecnológica no âmbito da comunicação vivenciada nos últimos anos. A Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP) da Fundação Getúlio Vargas (FGV) produziu um estudo, em 2017, que identificou a atuação de robôs divulgando notícias falsas em meio aos debates políticos de 2014. Tais robôs são contas nas redes sociais digitais controladas por softwares se fazendo passar por seres humanos.

O estudo feito pela FGV/DAPP aponta que esse tipo de conta chegou a ser responsável por mais de 10% das interações no Twitter nas eleições presidenciais de 2014. Durante protestos pelo Impeachment, essas interações provocadas por robôs representaram mais de 20% do debate entre apoiadores de Dilma Rousseff, que usavam significativamente esse tipo de mecanismo. Um outro exemplo analisado mostra que quase 20% das interações no debate entre os usuários favoráveis a Aécio Neves no segundo turno das eleições de 2014 foi motivado por robôs. (DAPP 2017, p.6).

A deturpação das discussões políticas pode servir a grupos políticos ou partidários, como forma de afirmar ou desacreditar determinada ideologia. As aplicações são muitas e a intenção é sempre a mesma: enganar o leitor, vender uma falsa ideia ou um falso ato, forjando discussões, denegrindo pessoas ou as enaltecendo. Aqui se ressalta que, como por vezes a notícia falsa é divulgada seguindo padrão visual, formatação e escrita parecidas com a de veículos de comunicação de credibilidade, ela pode ser entendida pelo receptor daquela mensagem como verdade. Este por sua vez a difunde, compartilhando nas redes sociais digitais e nos aplicativos de mensagens instantâneas, emprestando, então, o testemunho àquele fato, mesmo não o tendo de fato testemunhado.

Quando utilizada para desacreditar ou denegrir a imagem de um ente, a *fake new* pode trazer características de alarmismo, gerando um sentimento de medo. Ora, se o objetivo desta é gerar medo, é porque desse medo se beneficiará alguém, forjando o antagonismo entre um e outro, bem e mal. É possível relacionar essa criação de um estado de alerta com os estudos da filósofa política alemã Hannah Arendt (ARENDR, 1989), em sua obra “As Origens do Totalitarismo”. Ao afirmar que o medo é uma arma ideológica, uma vez que se transforma em uma forma poderosa de neutralizar a participação e a crítica que são inerentes à democracia, a autora nos revela que difusão do terror pode ser política e ideológica. É inegável a atualidade do estudo da alemã que trata ainda sobre como a mentira pode ser usada para a manutenção do poder. Arendt discursava sobre os regimes totalitários, mas o uso da mesma ferramenta, instituindo o medo de forma sutil, conversa com a sociedade atual, especialmente no ciberespaço. Nessa análise, ainda conversando também com a obra “Sobre a violência” da mesma autora (ARENDR, 2000), observamos que a divulgação em massa de notícias falsas pode servir a um propósito de poder, mesmo que em países com

regimes democráticos. Lembrando que as novas tecnologias de comunicação, especialmente a internet, afeta nossas relações sociais de forma profunda, conforme propõe também a pesquisa de Maria Eduarda Gonçalves (GONÇALVES, 2003).

Uma das características marcantes da sociedade contemporânea é a penetração das novas tecnologias da informação e da comunicação na vida econômica, social e política. Para além de seus impactos na economia, estas tecnologias vêm afetando profundamente os modos de organização das relações sociais e as condições da realização de valores básicos das sociedades modernas, como a liberdade e a democracia. (GONÇALVES, 2003, p. 7).

As *fake news* no Brasil começam a ser tratadas com a seriedade requerida principalmente no decorrente ano de 2018, fazendo com que os grandes e tradicionais meios de comunicação de massa se posicionem e busquem formas de combatê-las ou, ao menos, desacreditá-las. Se não há, até o momento da apresentação deste, uma forma eficaz que impedir seu compartilhamento por milhares de usuários da internet, as empresas unem esforços criando procedimentos próprios de checagem para desmenti-las. Utilizando de técnicas de apuração jornalística, buscando fontes e o contraditório, esses novos canais surgem tendo a interação do leitor como uma ferramenta eficaz para peneirar essas notícias na grande rede. Em 30 de julho de 2018, foi lançada a seção Fato ou Fake no site G1, com o objetivo de esclarecer sobre conteúdos duvidosos disseminados nas redes sociais digitais ou enviados em massa por meio dos aplicativos de mensagens instantâneas. Equipes do G1, O Globo, Extra, Época, Valor, CBN, GloboNews e TV Globo participam desse coletivo de apuração, com jornalistas realizando um monitoramento diário de mensagens e conteúdos compartilhados nas mais diversas plataformas e comunidades de interações sociais no ambiente virtual, além de aplicativos, e recebendo sugestões de apuração dos próprios leitores.

Com o mesmo objetivo, foi lançado também de forma coletiva o Projeto Comprova, em 28 de junho de 2018. Hospedado em sítio próprio, o projeto envolve 24 organizações de mídias brasileiras empenhadas em analisar conteúdos amplamente compartilhados na internet, que podem configurar notícias falsas. A coalizão é coordenada pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e composta pela Folha de São Paulo, AFP, Band, Band News, Canal Futura, Correio do Povo, Exame, GaúchaZH, Gazeta do Povo, Gazeta Online, Jornal do Comercio, Metro, Metro Brasil, Nexo Jornal, Nova Escola, NSC Comunicação, O Estado de S. Paulo, O Povo, Poder360, Piauí, Rádio Band News FM, Rádio Bandeirantes, SBT, Uol e Veja.

No mês antecedente às eleições de 2018, proliferou nas redes sociais digitais um grande volume de *fake news*. O presente trabalho aponta três exemplos destas notícias falsas, abordando assuntos de interesse político nacional, que foram disseminados copiando fielmente o formato de publicações de veículos de comunicação popularmente conhecidos. Importante notar que o material produzido demonstra qualidade técnica, tornando impossível

verificar sua veracidade sem buscar diretamente na fonte de notícia.

Como um dos exemplos, abordamos neste artigo o compartilhamento de uma falsa reportagem do portal de notícias G1 intitulada “Jean Wyllys confirma convite de Haddad para ser Ministro de Educação em eventual governo no petista”. A falsa informação circulou em redes sociais digitais em forma de suposto print, em uma imagem com designer similar ao do verdadeiro site de notícias, podendo facilmente se passar por uma publicação verdadeira. Em reportagem publicada na seção Fato ou Fake no dia 21 de setembro de 2018, o portal esclarece que nunca publicou a referida notícia e que não houve a declaração citada nas imagens falsas que circularam nas redes. Portanto, a imagem foi classificada no site como *fake*.

A imagem abaixo mostra uma falsa capa da revista Veja com a manchete “Divulgado o escândalo que todo mundo suspeitava. Faltando pouco para a eleição, o maior escândalo político é divulgado: as pesquisas eleitorais foram compradas. A pergunta é: quem encomendou?”. A falsa notícia se apropria da credibilidade de um veículo de comunicação nacional, de grande popularidade e ampla circulação no país. Analisando a imagem, é possível verificar os aspectos já anteriormente citados que buscam similaridade com o veículo original, usando fonte, cores e designer semelhantes. Percebe-se um cuidado com esses aspectos de onde se concluiu que há, portanto, nítida intenção de enganar o receptor de tal informação. Em seguida, na data de 21 de setembro de 2018, uma notícia publicada na seção Fato ou Fake divulgou a nota do Grupo Abril, responsável pela revista, esclarecendo que a capa que estava sendo compartilhada nas redes sociais digitais é falsa. Na falsa ilustração, consta a informação de que a mesma supostamente seria a edição de número 2600, ano 51, número 38, do dia 19 de setembro de 2018 da revista, demonstrando uma atenção especial do criador em conferir verossimilhança à *fake new*. Porém, a empresa responsável pela revista esclareceu que a edição de numeração citada teve uma capa diferente e a verdadeira manchete era o texto: “Quem vai com ele. Qual candidato tem mais chances de disputar o segundo turno com Bolsonaro — e por quê”. Essa foi mais uma notícia classificada no site como *fake*.



Ilustração 1: Fake news sobre capa da Veja desmentida em checagem.

Fonte: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/21/e-fake-capa-da-revista-veja-sobre-escandalo-das-pesquisas-eleitorais-compradas.ghtml>. Acesso em 24 de set. de 2018.

Outra publicação que chamou atenção dos mecanismos de checagem foi o compartilhamento em massa nas redes sociais digitais de uma imagem da atriz brasileira Patrícia Pillar, então ex-esposa do candidato à presidência em 2018 pelo PDT, Ciro Gomes, com um texto falsamente atribuído a mesma que dizia: “Nunca fui casada com o Bolsonaro. Quem me batia era Ciro Gomes”. Através das próprias redes sociais digitais, a própria atriz negou que tenha dado tal declaração e o Projeto Comprova verificou que a notícia era falsa, conforme reportagem publicada em seu site no dia 20 de setembro de 2018. O site esclarece que, conforme checagem da equipe de jornalistas, a ilustração começou a circular em uma das redes sociais digitais, Facebook, no dia 19 de setembro de 2018. A equipe localizou como primeira postagem da imagem uma página de perfil pessoal que chegou a ter 20 mil compartilhamentos. Essa mesma página foi apagada daquela rede social, conforme apontou a apuração jornalística. O site ainda identificou outras três páginas na rede que continuaram os compartilhamentos da ilustração com grande engajamento social, sendo que uma delas contava com quase 30 mil compartilhamentos na data da checagem.



Ilustração 2: Fake News sobre atriz Patrícia Pillar desmentida em checagem.

Fonte: <https://projetoconprova.com.br/>. Acesso em 24 de set. de 2018.

Se de um lado a grande imprensa nacional começa a se mobilizar em esforços coletivos com o objetivo de combater as *fake news*, em outro lado a Justiça brasileira demonstra querer evitar que o processo eleitoral seja contaminado pelas mesmas. Em reportagem publicada no dia 27 de março de 2018 no site do Tribunal Superior Eleitoral, o então presidente do mesmo, ministro Luiz Fux informou que abriu procedimento junto ao Ministério Público Eleitoral para verificar a disseminação de notícias falsas na internet evidenciada em estudos da Fundação Getúlio Vargas e do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP). No dia 25 de abril, o presidente do Tribunal Superior Eleitoral declarou, em reportagem publicada na edição online da revista Veja, que,

caso comprovado que as *fake news* beneficiaram algum candidato no pleito de 2018, pode-se chegar ao extremo de anular a eleição. Isso porque, segundo explicou o ministro Luiz Fux, a legislação brasileira prevê coibir propagandas abusivas. O presidente ressaltou que uma propaganda que visa destruir o candidato alheio configura um abuso de poder que pode levar à cassação.

A legislação eleitoral trata sobre nulidade da votação, apesar de não abordar explicitamente o recente fenômeno das *fake news* nos ambientes virtuais. O artigo 222 do Código Eleitoral (Lei 4737/65) afirma que “é também anulável a votação, quando viciada de falsidade, fraude, coação, uso de meios de que trata o Art. 237, ou emprego de processo de propaganda ou captação de sufrágios vedado por lei”. O citado artigo 237 do referido diploma legal diz que “a interferência do poder econômico e o desvio ou abuso do poder de autoridade, em desfavor da liberdade do voto, serão coibidos e punidos”. Portanto, uma vez que disseminar *fake news* pode configurar falsidade e abuso de poder, pode existir o risco real de anulação da eleição, caso comprovado que o procedimento beneficiou o candidato. Mas essa é apenas uma interpretação em um ambiente que carece de mecanismos próprios de verificação e de pressuposto legal para responsabilização efetiva dos autores e, até mesmo, financiadores do que abordamos como notícias falsas.

3 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto no presente artigo, é possível concluir que a disseminação das *fake news* no ciberespaço representa um risco real à democracia brasileira, uma vez que não há controle sobre o compartilhamento das mesmas e os mecanismos de checagem de notícias ainda estão sendo criados e implementados, não sendo possível no presente momento concluir qual será o impacto e o resultado desse esforço coletivo dos veículos da grande imprensa. A despeito desse esforço, é cada vez mais comum ler ou ouvir pessoas relatando notícias falsas como se fossem verdadeiras em qualquer lugar, a qualquer hora, dos mais diversos públicos – jovens, adultos ou idosos. O fenômeno nas redes sociais digitais é impulsionado pelo poder do testemunho. Sendo o conceito primordial de tais redes a criação de comunidades, é razoável a premissa de que, em um determinado círculo no ambiente virtual, portanto em uma comunidade, o indivíduo credita alguma veracidade à mensagem que está sendo transmitida por outrem com quem compartilha características em comum, por vezes posicionamentos político-ideológicos. O mesmo conceito pode ser atribuído aos aplicativos de mensagem instantânea, partindo da ideia de que nele nos reunimos em grupos conforme nosso próprio interesse. Aqui, desconsideramos o envio em massa de mensagens de remetentes desconhecidos, abordando apenas a comunidade construída por cada indivíduo. Regina Rini sustenta, porém, ser esta uma forma distorcida de testemunho, pois o mecanismo de interação entre os usuários não permite a assertiva de forma categórica de que aquele indivíduo está afirmando ou dando veracidade a tal informação quando a

compartilha, já que ele mesmo por vezes não é o autor do conteúdo e faltam instrumentos para responsabilização do mesmo. Sendo ainda essa tecnologia um terreno muito recente de interação social, a autora ainda aponta a problemática da instabilidade das normas nesse ambiente, onde a relação entre o testificador e o testemunho ainda não é colocada de forma clara. Onde não entendemos as regras, há margem para grande interpretação pessoal.

O fenômeno, ainda, ultrapassa o universo digital: quando aceita como verdade, a *fake news* torna-se assunto corriqueiro, elevando o tom de verdade daquela informação. O cidadão precisa consumir informação, mas é cada dia mais importante que a mesma tenha origem nos procedimentos jornalísticos de checagem que lhe conferem credibilidade, quando não se tratar de fato testemunhado. É preciso conhecer a fonte, buscar o contraditório e sempre questionar se a informação que lhe oferecem é real, factível ou intencionalmente manipulada com objetivo que muitas vezes pode ser desconhecido do receptor ou até mesmo do indivíduo que compartilha a notícia. A falta de critério no consumo de informações facilita o avanço das falsas reportagens no ambiente virtual e no cotidiano brasileiro.

Como apontando neste artigo, o Brasil vivencia o momento da ciberdemocracia. Isso faz da grande rede de computadores o local de importantes discussões políticas e da agenda pública. Debates e engajamentos antes não tão percebidos na população geral, agora acontecem de forma exponencial nesse novo espaço geográfico, encorajando também uma maior participação cidadã na vida política do país. Tendo em vista a crescente propagação de *fake news*, é preciso criar instrumentos que possam de alguma forma proteger esse novo espaço, preservando, então, a ainda recente democracia brasileira. Nacionalmente, grandes veículos de imprensa já assumiram o papel de checagem dos conteúdos compartilhados pelas redes sociais digitais e pelos aplicativos de mensagens instantâneas. Também presenciamos instituições de pesquisas e os mais diversos pesquisadores de diferentes áreas de estudo que se debruçam sobre o assunto, na busca de identificar os processos de produção desse conteúdo, sua intencionalidade e como eles interferem no debate político. Surge nesse cenário, então, um novo desafio à prática do jornalismo diário: fazer chegar a informação no local onde há a desinformação que é o ambiente das redes sociais digitais. Os mecanismos de checagem assumiram importante papel contra as *fake news*, porém, ainda desenvolvem instrumentos e linguagem que possam alcançar o público alvo de forma eficaz. Os veículos da grande imprensa ainda estão em desvantagem em relação à velocidade de produção. Enquanto as notícias falsas se propagam rapidamente, a apuração jornalística, baseada em critérios técnicos e tendo a responsabilidade de transmissão da informação de forma clara e correta ao consumidor da mesma, ainda não alcança tal velocidade. Enquanto uma notícia falsa que está sendo checada e desmentida, muitas outras estão sendo transmitidas tornando a primeira obsoleta de forma muito rápida.

Rini defende, ainda, que falta por parte das empresas responsáveis pelas redes sociais digitais, um mecanismo que possa restringir o alcance das *fake news*. Não se tratando de censura a usuários, porém uma ferramenta que possa apresentar ao indivíduo receptor

daquela mensagem que a mesma não se trata de conteúdo confiável. Aliando os esforços de checagem a um algoritmo que possa dar transparência a este nas redes sociais digitais, influenciando diretamente na reputação do enunciador – podendo o leitor ter mais instrumentos para identificar se aquele é um testemunho razoável ou não. Como exemplo, a pesquisadora cita a decisão da plataforma Facebook, anunciada em 2016, que permite que o usuário relatar histórias que acreditem ser falsas. Dessa forma, a empresa fará referência a organizações independentes de checagem, não determinando ela mesma a veracidade, mas sinalizando como “contestada” o compartilhamento daquela informação. Cria-se então um instrumento que permita o próprio indivíduo julgar e analisar de forma mais consciente a informação que está consumindo naquele momento.

Esse conjunto de medidas é uma boa ideia e certamente ajudará a sustentar uma norma de responsabilidade. Uma história que foi marcada como contestada é, presumivelmente, menos provável de ser confiável com base no testemunho, e as pessoas que persistem em compartilhar histórias disputadas podem sofrer consequências de reputação. Mas existem limitações para essas medidas. Mais importante, eles podem se mover muito lentamente. Muitas histórias de mídia social são efêmeras; todos estão falando sobre o último ultraje de hoje, mas amanhã eles terão passado para o próximo (especialmente em meio ao caos perpétuo da administração Trump). O método de reportar e encaminhar para Snopes do Facebook levará tempo para acompanhar as notícias falsas individuais. Quando uma história for marcada como disputada, grande parte do público já terá assistido. Claro, é bom tomar medidas que reduzam a durabilidade das notícias falsas, alertando os retardatários. Mas seria melhor ainda avançar na próxima história falsa. (Rini, 2017, p. 61).

Há ainda uma lacuna a ser preenchida por estudos sobre as notícias falsas, já que o assunto é recente. Em termos de responsabilização, ainda falta legislação específica no Brasil, o que encoraja tal comportamento nas redes. Porém, causa preocupação que o processo eleitoral possa ser contaminado pelas *fake news* a ponto de as mesmas interferirem no resultado das eleições. Por isso, é válido ainda o esforço por parte do Tribunal Superior Eleitoral em combatê-las e publicamente se posicionar, através do presidente ministro Luiz Fux, contra as *fake news*. Diante disso, o exposto trabalho conclui, ainda, que é preciso mobilizar e somar esforços para que as *fake news* sejam identificadas e seus processos interrompidos. Manuel Castells (CASTELLS, 1999) já afirmava que a rápida evolução da tecnologia e o crescimento exponencial da rede interativa de computadores promoveriam mudanças sociais tão drásticas quanto os processos de transformação tecnológica e econômica. É preciso e urgente, portanto, repensar a informação que consumimos.

REFERÊNCIAS

ARENDRT, Hannah. **As Origens do Totalitarismo**. Trad. Roberto Raposo. 4ª reimpr. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

ARENDRT, Hannah. **Sobre a violência**. Trad. André Duarte. São Paulo: Relume Dumará, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura.** Vol. 8ª ed. revisada e ampliada. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A internet e a sociedade em rede.** In: MORAES, Denis de (org). Por uma outra comunicação. Rio de Janeiro: Record, 2005.

DIRETORIA DE ANÁLISE DE POLÍTICAS PÚBLICAS. **Robôs, redes sociais e políticas no Brasil [recurso eletrônico]: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público da web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018** / Coordenação Marco Aurélio Ruediger. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017.

GONÇALVES, Maria Eduarda. **Direito da Informação: novos direitos e formas de regulação na sociedade da informação.** Coimbra: Livraria Almedina, 2003.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia.** Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

RINI, Regina. **“Fake News and Partisan Epistemology.”** Kennedy Institute of Ethics Journal, vol. 27 no. 2, 2017, p. E-43-E-64. Disponível em <https://muse.jhu.edu/>. Acesso em 18 de set de 2018.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira.** Brasília: Secom, 2016.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Código Eleitoral anotado e legislação complementar.** Brasília: TSE, 2010.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agronegócio 103, 104, 105, 107, 108

Análise 6, 1, 3, 5, 9, 12, 13, 15, 22, 24, 25, 29, 32, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 44, 45, 49, 51, 52, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66, 67, 71, 76, 79, 91, 98, 99, 100, 103, 108, 109, 110, 116, 138, 141, 142, 144, 145, 158, 160, 174, 178, 179, 187, 188, 203, 210, 215

B

Biopoder 4, 7, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 83, 84, 112

Biopolítica 4, 7, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 83, 84, 85, 112, 113, 114

C

Censura 7, 2, 3, 96, 122, 188, 194, 195, 197, 198

Ciberdemocracia 4, 7, 86, 87, 88, 96, 98

Ciberespaço 4, 7, 31, 74, 75, 76, 77, 78, 80, 86, 87, 88, 91, 95, 155, 156, 162, 174

Cidadania 7, 56, 57, 67, 71, 72, 78, 85, 136, 137, 138, 139, 140, 145, 181, 182, 184, 187, 218

Compartilhamento 17, 21, 27, 29, 59, 76, 78, 87, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 97, 154, 157, 160, 161, 162, 168, 169, 171, 172, 209, 213

Comportamento 11, 67, 97, 159, 160, 170, 179, 181, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 210, 212, 214, 216, 218

Comunidade 6, 39, 46, 47, 77, 78, 85, 88, 95, 114, 116, 139, 140, 143, 144, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 171, 172, 173, 174, 175, 201, 204, 214

Construção 4, 6, 15, 17, 31, 33, 34, 36, 37, 38, 40, 42, 45, 57, 67, 73, 88, 113, 119, 170, 171, 176, 177, 179, 184, 186, 188, 193, 195, 204

Cultura 4, 16, 20, 22, 23, 24, 26, 31, 32, 36, 37, 39, 47, 51, 64, 65, 67, 70, 72, 73, 75, 84, 88, 98, 108, 110, 113, 119, 138, 142, 147, 151, 152, 157, 174, 181, 187, 188, 192, 194, 195, 198, 218

D

Direitos 6, 40, 46, 50, 56, 57, 64, 67, 69, 70, 71, 72, 75, 98, 102, 137, 182, 183, 185, 187, 218

Discurso 3, 31, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 42, 43, 44, 45, 52, 57, 58, 60, 61, 62, 64, 67, 70, 81, 84, 99, 100, 101, 102, 104, 106, 107, 108, 109, 129, 187, 188, 198

Dramas 8, 188, 189, 192

E

Ecologia 16, 46, 47, 48, 49, 50, 144

Educação 4, 15, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 60, 64, 65, 66, 67, 71, 72, 73, 93, 99, 100, 155, 174, 175, 186, 187, 216, 218

Enunciação 6, 38, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60

Estereótipos 8, 70, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187

F

Fake News 4, 5, 7, 18, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 95, 96, 97, 98, 129, 133, 134, 145

Fotografia 4, 6, 46, 48, 50

G

Gênero opinativo 4, 6, 1, 2, 3, 5, 7, 8, 12, 13

H

Humano 139, 150, 151, 152, 170, 179, 181, 186, 200, 201, 203, 204, 205, 207, 208, 210, 214, 216

I

Inclusão 20, 46, 47, 48, 50, 51, 138, 139, 180

Información 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 149, 150, 151, 152, 153

Inteligência 89, 112, 155, 156, 173, 174, 204, 212

Internet 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 48, 50, 52, 55, 59, 74, 75, 83, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 94, 98, 122, 123, 124, 128, 129, 130, 134, 141, 150, 154, 155, 156, 158, 159, 161, 169, 170, 171, 173, 175, 194, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 210, 211, 213, 215, 216, 217

J

Jornais 3, 4, 6, 21, 23, 32, 49, 52, 53, 59, 64, 65, 66, 89, 180

Jornalismo 1, 2, 3, 4, 6, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 82, 86, 92, 96, 99, 182, 187, 218

L

Leitura 5, 44, 53, 107, 178, 209, 218

M

Manifestações 6, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 66, 74, 84, 113

Mídia 4, 6, 7, 3, 11, 14, 16, 21, 22, 24, 25, 26, 32, 38, 39, 41, 49, 50, 52, 53, 57, 58, 59, 60, 74, 77, 79, 85, 89, 90, 97, 98, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 161, 176, 177, 178,

179, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187, 194, 195, 218

Migrante 6, 34, 35, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 44

Mulher 6, 33, 34, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 63, 68

N

Necropolítica 112, 113, 114, 120

Notícia 4, 6, 1, 9, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 32, 40, 43, 45, 79, 90, 91, 93, 94, 96, 101, 103, 183, 186, 187

O

Objetivo 4, 1, 6, 18, 19, 24, 25, 27, 28, 34, 35, 37, 40, 47, 48, 49, 52, 53, 57, 58, 64, 79, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 94, 96, 104, 112, 114, 123, 129, 130, 139, 154, 161, 163, 165, 166, 169, 171, 179, 180, 192, 193, 200, 204, 214

Olhar 9, 11, 34, 36, 37, 44, 70, 74, 77, 100, 103, 114, 120, 177, 188, 202

P

Pandemia 4, 7, 8, 9, 11, 99, 101, 104, 105, 106, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 124, 134

Participação 6, 15, 20, 24, 25, 29, 47, 63, 67, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 91, 96, 119, 141, 154, 156, 164, 168, 172, 175, 183

Pesquisa 1, 3, 15, 17, 18, 20, 21, 24, 25, 27, 29, 30, 31, 35, 39, 40, 41, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 58, 64, 65, 66, 67, 71, 72, 73, 86, 88, 89, 92, 94, 98, 99, 100, 103, 114, 138, 146, 160, 173, 174, 175, 176, 178, 180, 182, 185, 200, 201, 203, 204, 206, 207, 210, 213, 214, 218

Política 4, 8, 6, 11, 36, 59, 64, 65, 66, 67, 70, 72, 73, 86, 87, 89, 91, 92, 96, 100, 101, 103, 107, 114, 122, 123, 124, 128, 129, 130, 131, 132, 134, 145, 147, 188, 198, 202, 214, 218

Propaganda 7, 72, 95, 105, 108, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 134, 180

Q

Qualidade 10, 21, 25, 27, 48, 50, 53, 92, 103, 142, 144, 145, 186, 209, 210, 212, 213, 214

Questões 20, 22, 40, 49, 50, 79, 82, 88, 99, 100, 112, 139, 141, 144, 145, 146, 177, 179, 183, 185, 194, 205

R

Redes sociais 7, 18, 19, 23, 24, 27, 28, 31, 58, 59, 78, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 119, 122, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 174, 175, 197, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217

Reportagem 6, 1, 9, 10, 12, 17, 31, 34, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 83, 90, 93, 94, 101

Representações 6, 34, 35, 36, 37, 45, 50, 64, 65, 67, 68, 70, 71, 72, 110, 111, 119, 176, 177, 179, 180, 184, 186, 187, 210

Responsabilidade social 27, 33, 136, 137, 138, 140, 147, 218

S

Saúde 4, 6, 7, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 68, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 111, 112, 115, 116, 117, 119, 120, 143, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 186, 187, 203, 213, 216, 217

Sentido 6, 34, 36, 37, 39, 42, 50, 53, 55, 61, 63, 65, 67, 75, 77, 79, 80, 81, 84, 100, 102, 103, 106, 109, 110, 113, 114, 119, 140, 151, 155, 159, 161, 164, 167, 169, 171, 172, 180, 181, 184, 186, 188, 192

Surdos 46, 47, 48, 49, 50, 51

Sustentabilidade 7, 56, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146

T

Teledramaturgia 188, 189, 192, 198

Texto 3, 6, 7, 8, 31, 37, 39, 40, 41, 42, 44, 52, 60, 61, 69, 79, 83, 84, 93, 94, 99, 100, 105, 106, 108, 159, 161, 169, 170, 201, 218

Transtorno 8, 176, 177, 178, 180, 182, 183

U

Usuário 18, 19, 78, 88, 97, 115, 117, 118, 207, 208

V

Virtual 8, 51, 78, 87, 88, 90, 92, 95, 96, 154, 159, 171, 175, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 207, 211, 214, 216

Visualidade 7, 110, 114

COMUNICAÇÃO:

Mídias, temporalidade e processos sociais

- 🌐 www.atenaeditora.com.br
- ✉️ contato@atenaeditora.com.br
- 📷 @atenaeditora
- 📘 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

2

