

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

PAULA CÂMARA FERREIRA

REDES SOCIAIS E BOATOS:
Um estudo sobre o caso Marielle Franco

São Leopoldo
2018

PAULA CÂMARA FERREIRA

**REDES SOCIAIS E BOATOS:
Um estudo sobre o caso Marielle Franco**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Graduada em
Jornalismo, pelo Curso de Comunicação
Social – Hab. em Jornalismo da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos -
UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Micael Vier Behs.

São Leopoldo
2018

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar agradecendo ao meu marido Felipe, que foi meu porto seguro durante toda a trajetória acadêmica e esteve ao meu lado nos momentos mais difíceis me fornecendo amor, confiança e principalmente incentivo.

Agradeço também aos meus pais Cândida e Paulo pelo apoio e auxílio, principalmente neste último ano, sem vocês não conseguiria seguir em frente.

Aos meus amigos e familiares, que de forma distintas, ofereceram suporte e não me deixaram ser vencida pelo cansaço.

Sou grata também ao meu orientador Micael Behs, por todo o conhecimento compartilhado, por todas as correções e sugestões, mas principalmente pela dedicação e paciência para lidar com as minhas incertezas.

Por último e não menos importante, agradeço à Deus por me permitir chegar até aqui, me fornecendo não só saúde, como também a oportunidade de com os estudos mudar a trajetória da minha vida.

“Talvez não tenha conseguido fazer o melhor, mas lutei para que o melhor fosse feito. Não sou o que deveria ser, mas Graças a Deus, não sou o que era antes”.

Marthin Luther King

RESUMO

A disseminação de boatos ganhou uma nova feição a partir da circulação em rede. Neste contexto, a pesquisa visa investigar as construções de sentidos gerados em torno do caso Marielle Franco a partir da circulação de notícias falsas originárias de um comentário produzido no site de rede social Facebook por uma fonte oficial. Os boatos que sucederam o assassinato da vereadora carioca foram construídos a partir de complexas imbricações entre o campo jornalístico e atores sociais midiáticos. Para dar conta desse processo, abordamos o conceito de boato, redes sociais e processos circulatorios a partir da ótica de autores como Jean Kapferer (1987), Luiz Carlos Lasbeck (2000), Nicholas DiFonzo (2009), Raquel Recuero (2009), Antonio Fausto Neto (2010), Gabriela Zago (2014) e José Luiz Braga (2012). A análise sugere o lugar da rede, e do próprio campo jornalístico, enquanto ambientes que se fundem em torno de informações falsas que circulam em múltiplos circuitos, bem como de conteúdos que geram inteligibilidade em torno dessas mesmas *fake news*.

Palavras-chave: Circulação. Boato. Jornalismo. Facebook.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Post compartilhado por Marielle na sua página do Facebook.....	55
Figura 2 – Denúncia feita por Marielle no Facebook.....	56
Figura 3 – <i>Tweet</i> de Marielle sobre a violência da PM na favela do Acari	57
Figura 4 – Notícia sobre o assassinato de Marielle no site do jornal The New York Times	58
Figura 5 – Notícia sobre o assassinato da vereadora Marielle no site do jornal The Washington Post	59
Figura 6 – Notícia sobre o assassinato da vereadora Marielle no site do jornal Clarín	60
Figura 7 – Notícia sobre o assassinato da vereadora Marielle no site do jornal britânico The Guardian.....	61
Figura 8 – Comentários da desembargadora na rede social Facebook	63
Figura 9 – Colunista da Folha de S. Paulo oferece repercussão à comentário infundado proferido por desembargadora	64
Figura 10 – Matéria sobre a desembargadora no jornal O Globo	65
Figura 11 – Matéria sobre a desembargadora no jornal Gazeta do Povo	66
Figura 12 – Matéria sobre a desembargadora no portal MSN	66
Figura 13 – Recorte da notícia falsa do site Ceticismo Político.....	70
Figura 14 –Post sobre Marielle na página do Ceticismo Político amplia circulação em torno da notícia ao publicá-la também no FacebookK	70
Figura 15 – Fluxograma do sistema circulatório do boato sobre Marielle	71
Figura 16 – Comentário extraído da página do Ceticismo Político.....	72
Figura 17 – Comentários extraídos da página do Ceticismo Político	73

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO.....	11
3 BOATO	17
3.1 Nascimento e Disseminação dos boatos	20
3.2 Por Que Acreditamos nos Boatos?	26
3.3 A complexa relação entre boatos e as multidões	28
4 REDES SOCIAIS	31
4.1 Facebook e a modernização dos boatos.....	35
4.1.2 Combate às notícias falsas nas redes sociais.....	39
4.2 Jornalismo digital como campo de disseminação de fake news.....	41
4.3 Redes sociais como sistema circulatório de boatos	44
5 METODOLOGIA	50
6 CAMPANHA DIFAMATÓRIA NAS REDES SOCIAIS	53
6.1 A História de Marielle Franco	54
6.2 Processos circulatórios em torno do principal boato sobre Marielle Franco	62
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
REFERÊNCIAS.....	79
ANEXO A - TEXTO NA ÍNTEGRA DO SITE CETICISMO POLÍTICO.....	83

1 INTRODUÇÃO

Segundo o dicionário Oxford, “pós-verdade”¹ foi a palavra do ano em 2016. A escolha do termo deve-se ao grande número de notícias falsas que se proliferam na internet e que possuem como principal plataforma de divulgação o site de rede social Facebook. Diariamente, mais de 1 bilhão de pessoas acessam o site² ao redor do mundo. O conteúdo das publicações *online* varia de postagens sobre o cotidiano e atividades dos usuários – convertidos em cogestores enunciativos –, até o anúncio de produtos e serviços e a divulgação de notícias. Devido a sua popularidade e abrangência, esta plataforma transformou-se também num campo fértil para a disseminação de boatos.

Um dos cases mais relevantes envolvendo a “pós-verdade” ocorreu durante a corrida eleitoral dos Estados Unidos. Ao longo desse processo, uma matéria falsa, intitulada “Papa Francisco choca o mundo e anuncia apoio a Donald Trump”³, atingiu mais de 1 milhão de interações no Facebook. Os dados são da própria plataforma e o material, apesar de não ter qualquer correspondência com a verdade, espalhou-se na rede convertendo o Papa em “cabo eleitoral” do presidente eleito.

Não há como comprovar se a “pós-verdade” influenciou nos resultados das eleições da maior potência mundial, mas o estilo de campanha⁴ utilizado por Trump levantou a hipótese de ser possível interferir no voto dos eleitores através dos sites de redes sociais. A polêmica envolvendo o Facebook e a corrida eleitoral fez com que o seu criador, Mark Zuckerberg⁵, começasse a desenvolver um algoritmo capaz de identificar as notícias produzidas a partir de inverdades. Enquanto esse algoritmo

¹ Fonte: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/12/31/por-que-pos-verdad-e-foi-a-palavra-do-ano-e-o-que-ela-diz-sobre-2016.htm>. Acesso em: 30 mai. 2018.

² Fonte: <https://olhardigital.com.br/noticia/mais-de-1-bilhao-de-pessoas-acessam-o-facebook-por-dia/57715>. Acesso em: 30 mai. 2018.

³ Fonte: <http://g1.globo.com/um-ndo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.
<http://observador.pt/2017/02/21/as-cinco-noticias-falsas-espalhadas-por-donald-trump-e-a-sua-equipa/>

⁴ Fonte: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/01/14/Qual-o-impacto-das-fake-news-sobre-o-eleitor-dos-EUA-segundo-este-estudo>. Acesso em: 30 mai. 2018.

⁵ Fonte: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/11/como-o-facebook-pretende-lidar-com-noticias-falsas.html>; <http://observador.pt/2017/05/08/facebook-esta-em-campanha-contra-as-fake-news-e-ensina-a-deteta-las/>. Acesso em: 30 mai. 2018.

é formulado, Zuckerberg disponibilizou para os usuários da sua rede social um manual⁶ de identificação de *fake news*.

A popularidade da internet facilitou a comunicação generalizada, porém, ao mesmo tempo, inaugurou um espaço digital para que qualquer pessoa possa publicar informações, não tendo mais a necessidade de um veículo midiático legitimar a veracidade e a regulação daquele conteúdo. A transformação do “leitor” numa espécie de cogestor informativo permite que qualquer informação seja veiculada na internet, sendo que os públicos nem sempre conseguem diferenciar o que é real do que é *fake news*. Partindo desta problemática, tornou-se relevante investigar como os diferentes tipos de atores sociais atuam na propagação das pós-verdades na plataforma Facebook, disseminando informações que, apesar de falsas, aproximam-se das deontologias e práticas características do fazer jornalístico. Esse cenário parece ressaltar o lugar do jornalista como regulador em torno da superabundância informativa circulante em rede.

Considerando a proliferação de relatos na internet, originados de fontes dispersas, essa pesquisa visa investigar as construções de sentidos geradas em torno do caso Marielle Franco a partir da circulação de notícias falsas que sucederam o seu assassinato. Tais boatos foram construídos a partir de imbricações entre o campo jornalístico e atores sociais midiaticizados. Levando em consideração que, em inúmeros casos, uma notícia falsa apresenta características de um fato verdadeiro, o objetivo geral deste estudo é compreender como foi construído o boato “Desembargadora quebra narrativa do PSOL e diz que Marielle se envolvia com bandidos e é ‘cadáver comum’”, e quais os seus desdobramentos a partir do momento que foi tomado como objeto pelos comentadores inscritos no site de rede social analisado. Para dar conta disso, o problema de pesquisa busca entender e analisar a circulação de boatos em torno do assassinato da vereadora Marielle Franco.

A ideia para o trabalho surgiu de uma inquietação pessoal após perceber que boa parte daqueles que se valem do conteúdo veiculado no Facebook não questionam a veracidade daquela informação. A partir deste insight, a investigação da propagação de pós-verdade no Facebook é de extrema importância, pois a legitimidade da notícia está perdendo território para um tipo de comunicação que

⁶ Fonte: <https://istoe.com.br/facebook-estreia-manual-contras-fake-news/>. Acesso em: 30 mai. 2018.

apenas visa *likes* e compartilhamentos, por vezes atendendo às premissas do jogo político-ideológico, como no caso do assassinato de Marielle Franco. A execução da parlamentar ocorreu em um ano de eleições presidenciais e em um momento de crise da segurança pública do Rio de Janeiro, onde Marielle, vereadora de um partido de esquerda e defensora dos direitos humanos, denunciava os abusos cometidos pela polícia durante a intervenção na favela do Acari. Difamar o adversário e seus aliados é uma estratégia bastante utilizada para moldar a opinião pública durante disputas políticas. Porém, com as redes sociais, os impactos desses boatos atingem proporções nunca antes imaginadas.

Para expor este tema, no primeiro capítulo falaremos sobre a construção do acontecimento jornalístico. Discorrer sobre as engrenagens de construção do acontecimento permitirá compreender o que faz um acontecimento do cotidiano se transformar em um acontecimento noticioso. Para dar conta desta discussão serão tomados como autores de referência Adriano Rodrigues (1993), Rodrigo Alsina (2009) e Nelson Traquina (2005).

O segundo capítulo da pesquisa discorrerá sobre o conceito de boato, desde a sua origem até as transformações ao longo das mudanças comunicacionais e culturais da sociedade conectada em rede. A obra de Jean Kapferer (1987) e Luiz Carlos Lasbeck (2000) serão tomadas como principais referências para sustentar essa discussão.

No terceiro capítulo, discutiremos sobre como as redes sociais modificaram a veiculação dos rumores e transformaram o jornalismo em rede como campo para a disseminação de boatos. Com o advento da internet, o jornalismo sofreu grandes mudanças e, hoje, estamos na era da comunicação instantânea. A necessidade de divulgar cada vez mais e com maior rapidez tem afetado a veracidade e a precisão das notícias. Muitos autores colaboraram para a construção deste capítulo, entre eles Raquel Recuero (2009), Bruno Deiro (2013) e Talita Garcez Guimarães (2011).

Por fim, analisaremos a *fake news* “Desembargadora quebra narrativa do PSOL e diz que Marielle se envolvia com bandidos e é ‘cadáver comum’”, originária de uma publicação no Facebook. O objetivo é demonstrar como um boato compartilhado na internet de forma irresponsável pode causar danos à sociedade, disseminando-se de forma viral e tornando-se, no imaginário de boa parte dos usuários, uma narrativa credível. Para isto, examinaremos a circulação de boatos espalhados sobre a vereadora Marielle Franco. Reconhecendo que a internet é um

lugar gigantesco em termos de proliferação de informações, não teríamos como mapear tudo o que circulou sobre o caso nesses espaços de sites e redes sociais diversas. Por isso, buscamos indícios na plataforma Facebook e em sites de informações para, minimamente, conseguir estabelecer um panorama geral em torno daquilo que foi dito e falado sobre a Marielle.

2 A CONSTRUÇÃO DO ACONTECIMENTO JORNALÍSTICO

Inúmeras notícias são publicadas diariamente e, apesar de suas peculiaridades, todas têm um denominador comum: o relato em torno de um acontecimento, que pode estar galgado na realidade ou até mesmo ser fabricado. De acordo com Daltoé (2004), os acontecimentos são fontes primárias do trabalho informativo, pois não importando o veículo onde serão publicados, representam a narração de fatos do cotidiano. O acontecimento, portanto, é o norte para a construção da notícia. Contudo, nenhuma notícia nasce pronta, ainda que os veículos de comunicação utilizem “temas, conceitos e fórmulas, na construção de uma mesma “linha”, que acaba dando significado e identidade aos acontecimentos” (DALTOÉ, 2004, p. 144). Ao mesmo tempo em que existe um padrão para divulgar estes acontecimentos, existe um padrão para reconhecê-los. Para Daltoé, o acontecimento precisar estar ligado a uma ou “mais classes de eventos, segundo uma análise conjuntural que pode ser consciente ou não”. (DALTOÉ, 2004, p. 139).

Já Alsina (2009, p. 113) afirma que “a produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento”. O acontecimento constitui a chave da construção da notícia, embora quando o relato jornalístico é publicado o acontecimento original deixe de existir, já que o comunicador ao narrar o fato também acaba o resignificando. De acordo com Alsina, o acontecimento não é uma realidade objetiva. Isto quer dizer que o jornalista, ao perceber o acontecimento, sempre irá interpretar a realidade de acordo com sua enciclopédia.

Voltando à notícia, dentro da perspectiva da construção social da realidade, posso conceber a construção da notícia como algo especial pertencente à realidade: é a realidade simbólica, pública e cotidiana [...]. Os jornalistas são, como todo o mundo, construtores da realidade ao seu redor. Mas também conferem estilo narrativo a essa realidade, e, divulgando-a, a tornam uma realidade pública sobre o dia-a-dia. [...] A notícia é a narração de um fato ou o reescrever de uma outra narrativa, enquanto que o acontecimento é a percepção do fato em si da notícia. (ALSINA, 2009, pp. 11-12).

Para Silva (2012) existe um imenso número de acontecimentos, mas apenas um conjunto deste pertence ao universo do jornalismo, ajustando-se às suas gramáticas e rotinas produtivas. “O que se pode afirmar é que há acontecimentos de natureza privada e de natureza pública, e que cabe ao jornalismo dar conta dos segundos”. (SILVA, 2012, p.1). A partir do momento que o jornalismo precisa relatar

os fatos de interesse público, alguns acontecimentos são considerados irrelevantes no discurso midiático. Nesses termos, Silva (2012) explica que,

A sociedade deve ser entendida como uma dinâmica constante de forças, no qual atores que ocupam distintas posições na estrutura social disputam pela construção de sentidos dos eventos e ocorrências sociais. Por sua vez, o jornalismo deve ser pensado como uma membrana viva, um campo de atividade, que ao mesmo tempo joga luz sobre algum acontecimento, deixando outros na obscuridade. (SILVA, 2012, p. 1).

O acontecimento, indiscutivelmente, é a matéria prima do trabalho jornalístico, porém nem todos os acontecimentos são divulgados ao público. O acontecimento noticioso é aquele que, como afirma Rebelo (2006), provoca uma ruptura no quadro de vida, indicando uma ruptura frente aquilo que é considerado “normal” e corriqueiro. “A ocorrência tem mais probabilidades de ser considerada um acontecimento quando nos incita a reconstruir esse nosso quadro de vida momentaneamente perturbado pela ocorrência inesperada”, sinaliza Rebelo (2006, p. 17). Esta perturbação citada pelo autor provoca um rompimento inesperado na ordem das coisas, impelindo o campo jornalístico a procurar um sentido. O autor afirma que esta procura se inicia através de narrativas sobre o acontecimento.

Inicia-se, assim, a narrativa do acontecimento. Uma narrativa que gera sentido, ao funcionar como máquina de organização do tempo e ao assentar numa lógica da causalidade, ou melhor, numa lógica em que a causalidade se funde, coincide, com a contiguidade. (REBELO 2006, p. 18).

Berger (2009), assim como Rebelo, defende que a ruptura no quadro de vida leva ao início de um processo que busca pelo sentido, pela explicação do acontecimento. O papel do jornalista é dar sentido a todos os acontecimentos que se enquadrem na sua órbita de valor-notícia, tendo como sua base a realidade. Neste sentido, Berger (2009) afirma que se o jornalismo prioriza a realidade é correto dizer que o acontecimento é “uma ação que vale ser relatada”. (BERGER, 2009, p. 3).

No campo jornalístico, o acontecimento é aquilo que quebra a normalidade dos dias. Para Rodrigues (1993), o acontecimento noticioso possui uma natureza especial, construída na imprevisibilidade e na improbabilidade dos fatos.

É por isso em função da maior ou menor previsibilidade que um facto adquire o estatuto de acontecimento pertinente do ponto de vista jornalístico: quanto menos previsível for, mais probabilidades têm de se

tornar notícia e de integrar assim o campo jornalístico. É por isso que se diz, gracejando, que um cão que morde um homem não é um facto jornalístico, mas se um homem morde um cão então estamos perante um facto suscetível de se tornar notícia. (RODRIGUES, 1993, p. 27).

Podemos afirmar que o discurso noticioso é construído em torno de fatos que possuem alguma relevância para determinado público. O reconhecimento deste fato jornalístico, por sua vez, é feito através de uma análise de suas características e, neste sentido, de acordo com Rodrigues (1993), existem três tipos de registros que norteiam o trabalho dos *media* na seleção dos fatos. São eles: *o registro de excesso, da falha e de inversão*.

O primeiro é o registro de excesso, onde são destacados os fatos que representam a anormalidade da norma. Podemos dizer que o excesso representa tudo aquilo que, por força maior, quebra padrões ou regras. Tanto para o bem quanto para o mal. O registro de excesso é caracterizado pela quebra de um padrão, lei ou norma, podendo ocorrer quando uma autoridade usa sua força de forma excessiva ou então um indivíduo realiza algo extraordinário como alcançar um feito passível de registro no *Guinness Book*. Nessa perspectiva, Rodrigues (1993) destaca que

O registro do excesso é de todos o mais corrente visto ser irrupção por excelência do funcionamento anormal da norma, emergência escandalosa de marcas excessivas do funcionamento normal dos corpos, tanto dos corpos individuais como dos corpos coletivos e institucionais. (RODRIGUES, 1993, p. 27).

O segundo registro é o da falha, onde se enquadram os defeitos e os acidentes de todos os tipos. É uma falha no sistema englobando catástrofes, doenças e até mesmo divórcios. Para Rodrigues (1993), o registro da falha também é representado pelo “actor que se esquece da deixa no meio da cena ou o revólver que fica encravado no momento em que o agressor executa a agressão”. (RODRIGUES, 1993, p.28). Qualquer falha, seja de um sistema, humana ou maquinaria pode virar um acontecimento jornalístico. Neste sentido, Rodrigues afirma que

Os acidentes pertencem habitualmente a este registro, os acidentes cósmicos, os naturais, dos cataclismos, das inundações, mas também os acidentes de trânsito... A falha no funcionamento dos corpos instituídos não é menos notável do que a que ocorre nos corpos físicos e nos dispositivos maquínicos. O divórcio que quebra os laços da família ou a sentença do juiz que condena o inocente, o licenciado de letras que ignora as regras da

gramática são acontecimentos notáveis por defeito no funcionamento da instituição familiar, da instituição jurídica, da instituição escolar. (RODRIGUES, 1993, p. 28).

O terceiro registro é a inversão, quando acontece algo que altera a ordem natural das coisas. Para Rodrigues (1993), é possível comparar o funcionamento deste registro com o famoso clichê do feitizo que se vira contra o feiticeiro ou então com um ladrão que devolve os objetos furtados.

A inversão é outro registro de notabilidade do acontecimento. A teoria jornalística que considera o fato de um homem morder um cão como notícia inscreve-se neste registro. Quando um militar dispara sobre o general no momento em que este passa revista às tropas em parada, produz-se um acontecimento jornalístico pelo fato de se tratar de uma inversão no funcionamento do corpo militar. (RODRIGUES, 1993, p. 28).

Os registros apontados por Rodrigues (1993) representam balizas norteadoras para o jornalista identificar possíveis notícias. Segundo a teoria defendida pelo autor, existe outra categoria de acontecimento chamada por ele de “meta-acontecimentos”. Seriam meta-acontecimentos os acontecimentos produzidos pelos próprios jornalistas. O que transforma um fato em uma notícia é o recorte do acontecimento feito pelo jornalista ao ressignificar a ocorrência a ser relatada. Neste sentido, o próprio discurso jornalístico é uma fonte de notabilidade. Deste modo, Rodrigues (1993) explica que

O que torna o discurso jornalístico fonte de acontecimentos notáveis é o fato de ele próprio ser dispositivo de notabilidade, verdadeiro *deus ex machina*, mundo da experiência autônomo das restantes experiências do mundo. O desvio do avião ou a revolta que se produz frente às câmeras da televisão ou perante os repórteres, a explosão de raiva ou de dor captada em directo pelas objectivas das máquinas mediáticas são exemplos de irrupções de meta-acontecimentos que têm nos próprios dispositivos da informação a fonte e a urgência. (RODRIGUES, 1993, p. 29, grifo do autor).

Ao refletir sobre este conceito, podemos dizer que os meta-acontecimentos não pertencem ao mundo físico, mas sim ao discursivo. Rodrigues (1993) sinaliza que os meta-acontecimentos obedecem às regras do mundo simbólico, do mundo da enunciação.

Os meta-acontecimentos são, por isso, acontecimentos discursivos, actualizações de enunciados pertencentes a vários regimes enunciativos que se encadeiam entre si segundo regras de encadeamento próprias. Esta afirmação vai contra a ideia corrente de que o discurso é uma mera representação das coisas e de que, como tal, é passível de ser apreciado apenas em termos de adequação ou de não adequação às coisas representadas. (RODRIGUES, 1993, p. 30).

Ao noticiar um fato, o jornalista não reproduz o acontecimento, ele fabrica um novo acontecimento, a partir de sua gramática, do seu recorte temporal e do seu ponto de vista. Rodrigues (1993), diz que essa ação de transformar um acontecimento em notícia não é uma mera locução do fato.

Ao relatar um acontecimento, os *media*, além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo. (...) Os atos ilocutórios não estão apenas sujeitos aos valores de verdade ou falsidade, de adequação ou não-adequação ao estado de coisas relatado; estão também subordinados aos valores inerentes à credibilidade e à sinceridade do locutor, à clareza ou obscuridade da exposição, à justeza dos juízos formulados, à coerência dos argumentos aduzidos, à capacidade para levar o(s) outro(s) à satisfação de um pedido, à resposta a uma pergunta, à aceitação da convicção, do reconhecimento ou do apreço, do conselho dado, do aviso, da saudação. Os valores de credibilidade, de sinceridade, de clareza, de justeza, de coerência e de correção, de satisfação e de aceitação são atos inerentes ao discurso, integram o mundo da enunciação e são dele inseparáveis. (RODRIGUES, 1993, p. 31).

É correto afirmar que, no processo de construção da notícia, o acontecimento precisa ser singular para valer a pena ser relatado. Uma forma para distinguir um fato comum de um fato noticioso é a utilização dos critérios de noticiabilidade, que correspondem ao potencial de uma informação ser ou não reportada jornalisticamente. Para Traquina (2005) é possível definir o conceito de noticiabilidade como um conjunto de critérios que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico.

Os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo 'valor-notícia'. (TRAQUINA, 2005, p. 63).

Os valores notícias são o norte de todo jornalista durante a preparação de suas pautas e definição de conteúdo a serem publicados. Galtung e Ruge (1965/1993 *apud* Traquina) enumeram doze valores-notícias:

- 1) a frequência, ou seja, duração do acontecimento;
- 2) a amplitude do evento;
- 3) a clareza ou falta de ambiguidade;
- 4) a significância;
- 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o "novo" numa "velha" idéia que corresponda ao que se espera que aconteça;
- 6) o inesperado;
- 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade;
- 8) a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados;
- 9) a referência a nações de elite;
- 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o

valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima “bad news is good news”. (TRAQUINA, 2005, p.70).

Traquina (2005) afirma que a ideologia jornalística defende uma relação fiel com a realidade e que a barreira entre verdade e ficção não deve ser violada, existindo consequências graves impostas pela comunidade profissional a qualquer membro que viole essa fronteira.

O ethos dominante, os valores e as normas identificados com o profissionalismo, faz com que dificilmente os membros da comunidade jornalística aceitem qualquer ataque à teoria do espelho porque a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social de que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais e asseguram o trabalho de recolher a informação e de relatar os fatos, sendo simples mediadores que “reproduzem” o acontecimento na notícia. (TRAQUINA, 2005, p. 149).

Como vimos até aqui, a verdade e o acontecimento constituem a base de qualquer material de cunho jornalístico. Mesmo que cada *media* possa oferecer um recorte ou um ângulo diferente ao noticiar o mesmo acontecimento, a ética jornalística determina que não é permitido produzir notícias a partir de relatos falsos. No entanto, como será abordado nos próximos capítulos, existem indivíduos e instituições que se apropriam das técnicas jornalísticas para produzir boatos e os disseminar nas redes sociais.

3 BOATO

História inventada, rumor, fuxico, o boato tem vários nomes, mas sua essência é a mesma: um relato de informações duvidosas que busca atingir o maior número de pessoas possíveis. O boato, além de ser uma narrativa que pode ou não conter verdades em sua descrição, também é uma forma de comunicação. Segundo Kapferer (1987) é a forma de mídia de massa mais antiga do mundo, existindo muito antes da invenção dos meios jornalísticos. “Antes de existir a escrita, o que se dizia de boca a boca era o único canal de comunicação das sociedades. O boato veiculava notícias, fazia e desfazia reputações, precipitava os motins ou as guerras” (KAPFERER, 1987, p. 13). Essa forma de comunicação apontada por Kapferer não desapareceu com o surgimento da imprensa, mas, pelo contrário, conquistou seu próprio território e apropriou-se de características jornalísticas para adquirir credibilidade e persuadir seu público alvo. “O advento dos *media*, longe de acabar com os boatos, tornou-os apenas mais especializados: cada um passou a ter o seu território de propagação”. (KAPFERER, 1987, p. 13).

Diferente das lendas urbanas, que relatam fatos passados, o boato tende a contar histórias recentes. Como um meio de comunicação, o boato aproveita da atualidade para se inserir na sociedade. Kapferer (1987) afirma que o boato apresenta elementos sobre uma pessoa ou acontecimento, e sua construção é feita sempre sustentada por fatos que tenham relação com a atualidade, atendendo assim o valor-notícia caro ao funcionamento do campo jornalístico. O autor explica que quando ocorre um acontecimento, os meios de comunicação buscam espalhar o máximo possível as informações e essa pressa em difundir as novidades deixam lacunas que o público preenche com os boatos. Neste contexto, os boatos “nascem das interrogações espontâneas que o público coloca a si mesmo e para as quais não obtém resposta”. (KAPFERER, 1987, p. 17). E essas interrogações espontâneas ocorrem desde os tempos primórdios, como aponta Difonzo (2009),

[...] os seres humanos têm um profundo anseio por compreender o mundo. Desde tempos antigos, homens e mulheres têm sido concebidos como entidades incorporadas de racionalidade; criaturas de carne e osso nas quais residem as faculdades de sentimento, percepção, pensamento, decisão, crença e escolha. Em outras palavras, somos seres que precisam dar sentido às coisas, ou seja, dar significado às nossas sensações, colocá-las em um contexto e encaixá-las em um entendimento que seja coerente. (DIFONZO, 2009, p.10).

De acordo com DiFonzo (2009, p.3), os boatos se entrelaçam com eventos reais e na maioria dos casos eles refletem os “medos, interrogações, peculiaridades e apreensões” da sociedade. Deste modo, disfarçado de uma novidade, o boato confunde o receptor, que muitas vezes não verifica se os fatos são verdadeiros e divulga a informação, situação que se torna ainda mais paradigmática em tempos de redes sociais. A problemática de não confirmar os fatos antes de divulgar a informação é explicada por DiFonzo (2009) pelo fato de que somos seres sociais, com o instinto primário de confiar no portador da informação e além disso temos a tendência de querer explicar o mundo juntos,

Quase sempre, acreditar no que outras pessoas nos dizem funciona para nós, alimenta relações sociais, fortifica nossas opiniões anteriores [...]. Na verdade, a civilização, de modo geral, conta com nossa tendência de confiar nos outros. Tendemos a punir aqueles que são pegos violando essa confiança. (DIFONZO, 2009, pp. 17-18).

Sendo assim, o conceito de que é possível reconhecer um boato por que ele é uma informação não verificada é muito vago e impreciso, pois muitas conversas são pautadas por informações transmitidas por figuras reconhecidas do círculo social. Para Kapferer (1987), o boato sempre é narrado por uma pessoa de confiança que viu ou teve alguém próximo que testemunhou o acontecimento.

Que poderá haver de mais crível que o testemunho directo? Que melhores provas poderíamos esperar? Esse testemunho directo tem o estatuto de jornalista espontâneo e desinteressado: a sua narrativa é inspirada apenas pelo desejo altruísta de comunicar aos seus amigos aquilo que viu ou ouviu. (KAPFERER, 1987, p.16).

Sedutor, o boato alimenta-se de histórias misteriosas e ambíguas, que despertam a curiosidade do público. Gadini (2007, p. 3) defende que a ambiguidade faz parte da estrutura do boato e, frequentemente, ela está associada a assuntos que causam curiosidade sobre “um determinado fato, personalidade pública ou situação social”. Esta preocupação com assuntos de importância coletiva citada por Gadini (2007) aproxima o boato do jornalismo, o que significa afirmar que o boato carrega consigo uma informação que, apesar de não estar ancorada na realidade, suscita a curiosidade e o interesse coletivo.

Observe que se tem, nessa apresentação conceitual do boato, três das principais características do jornalismo contemporâneo: uma informação, que circula, tem interesse coletivo e, guardadas as proporções, a dimensão

de ambiguidade pode ser parcialmente aproximada do que se entende por pluralidade na abordagem periodística. (GADINI, 2007, p. 3).

lasbeck (2000, p. 1), por sua vez, acredita que os boatos se aproximam da comunicação jornalística por serem fugazes e porque “[...] são fenômenos comunicativos que precedem, parodiam, subvertem e realimentam a novidade da notícia”. Desta forma, ele afirma que o boato, além de usar acontecimentos para se aproximar da realidade, fabrica fatos, funcionando como uma onda noticiosa disforme, que possui uma ética e uma estética própria e frequentemente é produzido e disseminado através da interação dos seus receptores com a comunidade em geral.

A metáfora das “ondas” nos leva à inclusão da “ressonância” nesta compreensão e à suposição de que o motivo inicial que lhe dá impulso tende a perder força na complexidade de suas conseqüências. Aquele motivo funciona como um motor, propagando ondas seqüenciais que confirmam as anteriores e criam expectativas de outras. (IASBECK, 2000, p.1).

A teoria de lasbeck (2000) demonstra que existe uma estratégia na criação de um rumor e que ele só ganha força se for disseminado. Para ele, mesmo que um boato busque atingir um grupo restrito, o seu espalhamento só ocorre atingindo um grande número de pessoas. Para se manter como uma narrativa presente num dado contexto, portanto, o boato precisa despertar a curiosidade, instigando contingentes cada vez maiores a participar da sua trama.

Afinal, boatos e rumores são clamores que chamam a atenção de um número relativamente grande de pessoas e incomodam o fluxo rotineiro da comunicação ao atropelarem relações previsíveis ou desalojarem expectativas, instaurando inseguranças. Num boato, qualquer que seja, não há espaços senão para a multiplicação de possibilidades. O único fator limitador é o próprio contexto, o território no qual o boato age e tende a produzir conseqüências. (IASBECK, 2000, p.2)

Para a disseminação ocorrer de forma satisfatória, lasbeck (2000) alerta que a estrutura do boato precisa ser maleável, em outras palavras, a narrativa do boato precisa conter informações suficientes para parecer real. Não podendo ser uma história que não contenha certo ar de mistério, já que “sua constituição é coletiva e difusa, na medida em que cresce e corre com contribuições individuais que se diluem nas narrativas subsequentes, mas que “lubrificam” o canal de passagem” (IASBECK, 2000, p.3). Mas, estas contribuições que dão vida ao boato também

precisam ser moderadas, a ponto de permitir complementações advindas do seu público receptor.

[...] os boatos são marcados pela indecisão e pela imprecisão dos elementos que o compõem. Não podem ser rígidos e impenetráveis, porque assim não teriam como receber as contribuições que os levarão adiante e não podem ser tão flexíveis que percam seu caráter textual, seu foco ou que se percam fora da zona de interesse. (IASBECK, 2000, p.2).

Ambíguo, sedutor, misterioso, atual e com um conteúdo relevante para a sociedade, o boato possui traços bem definidos. Tais características são responsáveis para que ele circule na sociedade como verdade e atinja seu objetivo: alcançar o maior número de pessoas possíveis e causar impacto, positivo ou negativo, sobre um indivíduo, uma instituição ou até uma comunidade.

3.1 Nascimento e Disseminação dos boatos

O boato nasce das inquietações coletivas, pois se constitui de um acontecimento ambíguo ou misterioso. Kapferer (1987), ao citar o sociólogo americano T. Shibutani, explica que boato se origina de um acontecimento importante e dúbio, que causa curiosidade no seu receptor, que não encontra nas mídias tradicionais as respostas para suas inquietações. Deste modo, “[...] sempre que o público quer compreender, mas não recebe respostas oficiais, surge o boato. Este é o *mercado negro* da informação” (KAPFERER, 1987, p. 20). Kapferer ainda acrescenta que, para Shibutani, os boatos nada mais são do que “notícias improvisadas resultantes de um processo de discussão coletiva” (KAPFERER, 1987, p. 18). Mas, assim como nem todo acontecimento vira notícia em um jornal, nem todo boato consegue atingir seu ápice.

É preciso, no entanto, que essa informação seja esperada: que ela corresponda às esperanças ou receios, aos pressentimentos mais ou menos conscientes. É necessário também que seja imprevista e tenha consequências imediatas e importantes para o grupo. Se se reunirem essas três condições, há uma <<notícia>> susceptível de criar esse mesmo processo de <<repetição-discussão>> descrito mais acima, a que chamamos boato. (KAPFERER, 1987, p.53).

Sendo assim, um rumor consegue se equiparar como um fato de cunho noticioso porque apresenta ao público uma informação atual condensada de respostas para as dúvidas dos receptores. Sendo assim, quando não existem

respostas oficiais sobre um determinado fato, o público cria as suas próprias versões do acontecimento. Deste modo, os boatos são criados e detalhes são construídos para preencher as lacunas destas histórias, nesta perspectiva Kapferer explica que,

O boato é a mobilização da atenção do grupo, quando das trocas sucessivas o grupo tenta reconstruir o *puzzle* constituído pelas peças dispersas que lhe são facultadas. Quanto mais peças lhe faltam mais o inconsciente do grupo vai pesar sobre a interpretação. Ao contrário, quanto maior for o número de peças, mais a versão se aproximará da realidade. É a interpretação retida como a mais satisfatória que então circula e que, em geral, figura para a posteridade; só essa é recordada. (KAPFERER, 1987, p.16).

Neste sentido, além de uma curiosidade latente, os boatos precisam de outros fatores para atingir seu público alvo. DiFonzo (2009) afirma que os boatos tendem a mexer com as emoções, provocando esperança, medo ou ódio no seu receptor. Para ele existem três tipos principais de boatos, classificados por ele como a “tríade de rumores: alvissareiros, alarmistas e revanchistas”, onde os boatos alvissareiros representam o desejo de um determinado grupo e, frequentemente,

relacionam-se a anseios, por exemplo, quando crianças e adolescentes ouvem rumores de que por motivos de força maior não haverá aula no dia seguinte... Os boatos alvissareiros, com frequência, cristalizam fantasias, expectativas, sonhos e desejos de um grupo. (DIFONZO, 2009, p. 18).

Por sua vez, os boatos alarmistas tendem a tratar de catástrofes, acidentes e assuntos que causam o terror no grupo onde é disseminado. Seu objetivo primeiro é incitar o caos.

Os boatos alarmistas alertam para um desfecho catastrófico, como aqueles sobre o potencialmente mortal Vírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave (SARS), espalhados em 2003. Para preencher a lacuna de informações confiáveis sobre o modo de transmissão do vírus e o número oficial de vítimas, pipocavam os boatos em todo o planeta. (DIFONZO, 2009, p. 18).

Já os boatos revanchistas buscam alimentar as diferenças entre grupos socialmente distintos, sejam partidos políticos, empresas concorrentes, cultos religiosos ou até mesmo grupos envolvidos na prática do racismo. Os boatos desta categoria geralmente são movidos por “ódio e servem para provocar a divisão entre as pessoas ao menosprezar outro grupo” (DIFONZO, 2009, p. 18). Além disso, o indivíduo sente-se superior ao humilhar um grupo rival,

A superação pessoal talvez seja o objetivo por trás de boatos racistas. Para algumas pessoas, ajuda humilhar outras pessoas para que seu próprio grupo – e, por extensão, o próprio ego – pareça melhor... Se estamos acostumados a levantar nossa autoestima dessa forma, acabamos por nos tornar ávidos provedores de boatos negativos sobre grupos aos quais não pertencemos. (DIFONZO, 2009, p. 103).

Existem outras espécies de boatos. DiFonzo (2009, p.20) explica que a tríade de rumores “[...] é somente uma forma de fatar o bolo do boato. Outras espécies de boatos proliferam. Muitas vezes, os boatos são classificados pelo meio de transmissão, ou seja, o grupo pelo qual circulam”. Neste sentido, vale salientar que não importa a qual categoria o boato pertença, ele só encontra seu ápice quando os indivíduos os transmitem. Isso significa afirmar que todo o boato apresenta um denominador comum e “[...] representa alguma coisa básica, central e significativa sobre quem somos” (DiFonzo, 2009, p.12).

Levando em consideração a característica que o boato é um reflexo das interações sociais, Kapferer (1987) salienta que, mais importante do que entender a origem do boato, é descobrir quais são as motivações que levam pessoas comuns a se tornarem agentes propulsores na sua disseminação.

Na gênese de um processo de boato, é a adesão, a mobilização do grupo que suscita. Mesmo que exista um locutor inicial, o que funde o boato são as outras pessoas, aquelas que depois de o ouvirem o propagam. (KAPFERER, 1987, p. 32).

A necessidade de integrar e contribuir com determinado grupo é um dos impulsos que leva o boato a ampliar o seu raio de circulação. Para o autor, este comportamento é uma forma de gabar-se, de mostrar-se privilegiado tendo informações que ninguém mais tem e, desta forma, atrair a atenção do seu círculo social. Por esse ângulo defendido por Kapferer, quem compartilha boato “[...] transmite uma informação rara, excitante, criadora de emoções: dispõe de um valor de troca. Como pagamento conquista o prazer de agradar, de ser ouvido com atenção”. (KAPFERER, 1987, p.57).

Outra razão que leva as pessoas a propagarem o boato é o fato de acreditarem fielmente na informação, pois como aponta o autor, qualquer boato apresenta características que o tornam real para o grupo em que circula. Nesse sentido, o boato se propaga como uma informação efetivamente legítima, ou seja, interpretada por determinado grupo como uma situação passível de ocorrer.

Se a informação é coerente com o quadro de referência utilizado, adquire uma forte probabilidade de ser considerada como verdadeira [...] A maior parte dessas pessoas tinham uma maneira de pensar que permitia que a informação lhes parecesse normal, já que se inseria muito normalmente na ordem das coisas para elas previsíveis e normais. (KAPFERER, 1987, p. 73-74).

Muitas vezes, os boatos apresentam fatos que perturbam a ordem das coisas e levam o receptor a reagir, como “notícias de interesse pragmático direto: os alertas de perigo, as rupturas da moral, as mudanças de ordem social, as modificações de ambiente físico, etc”. (KAPFERER, 1987, p. 54). Este teor de gravidade apontado por Kapferer incentiva o receptor a divulgar a informação, pois ao ficar sabendo do boato ele se sente na obrigação de alertar os demais. Para Kapferer, “no boato, a pessoa que transmite parece ser movida apenas por razões altruístas”. (KAPFERER, 1987, p. 70). Esse tipo de boato alarmista surge principalmente em ambientes de crise, como locais onde aconteceram catástrofes ambientais, atentados terroristas e outras situações de alta tensão. Nestes casos, a incerteza e a falta de respostas “oficiais” perante dado problema conduz à divulgação de boatos, considerando que “a incerteza é o estado psicológico de dúvida, de estar mergulhado em perguntas sobre o que os eventos significam ou o que acontecerá no futuro”. (DIFONZO, 2009, p.86). Neste ambiente de crise, os receptores dos boatos sentem-se na obrigação de passar adiante a informação a fim de ajudar outras pessoas.

Os psicólogos dão a isso o nome de motivação pró-social e questionam se é induzida por uma verdadeira preocupação com os outros ou em relação a si mesmo – muitas vezes é difícil distinguir entre essas duas preocupações. Outros psicólogos argumentam que ações deste tipo são induzidas por um comprometimento básico com princípios morais – fazer pelos outros o que você gostaria que eles fizessem por você. (DIFONZO, 2009, p. 99)

Em outras ocasiões, o agente propulsor do boato tem consciência que está divulgando uma informação falsa. Um dos fatores que leva uma pessoa a disseminar um boato, mesmo sem acreditar nele “[...] além da faceta saborosa de boato e o prestígio que dele se tira [...]” (KAPFERER, 1987, p.59), é a necessidade de preencher o vazio social. Nesse sentido, o boato serve como um estímulo às relações interpessoais, permitindo que as conversas do cotidiano se estendam sempre à frente, ainda que por vezes essas narrativas estejam mais fundamentadas na ficção do que na realidade.

[...] é preciso dizer qualquer coisa quando se fala com amigos, parentes ou vizinhos. Existe um vazio repetitivo a preencher [...] Falar exclusivamente de si tonar-se-ia rapidamente cansativo para o ouvinte. A conversa fica então ameaçada pelo pior dos perigos: o silêncio [...] O boato insere-se maravilhosamente nesse vazio: permite prosseguir a conversa. (KAPFERER, 1987, p.59).

A questão de manter um bom convívio social é um fator determinante na disseminação de boatos, pois como DiFonzo (2009) explica as pessoas se sentem embaraçadas quando alguém revela que a história que está sendo contada na verdade é um boato. E o indivíduo que revela a verdade sobre o boato é vista como “estraga-prazeres”. Neste sentido, muitas pessoas preferem alimentar o boato a se transformar em alguém que discordou do grande grupo, já que “Nem sempre as pessoas estão interessadas essencialmente na verdade quando se expressam em conjunto, mas sim em encontrar formas de se associar e criar laços mútuos”. (DIFONZO, 2009, p.101).

Outra característica relevante do boato é a transformação que ocorre na informação quando ela é transmitida por diferentes fontes. Para Mendes (2013), a propagação de um boato pode ser comparada ao jogo infantil do telefone sem fio, onde cada pessoa que recebe a mensagem deve repassar para o indivíduo que está ao seu lado, e no final deste jogo a informação final geralmente é totalmente diferente da mensagem inicial.

O que se verifica é que *em cada conto se acrescenta um ponto*. Portanto, a mensagem inicial é sujeita a diversas transformações, consoante a passagem pelos diversos indivíduos. A tendência é que o conteúdo original seja alvo de tamanha “cirurgia” que a última resultante não seja sequer reconhecida pelo sujeito A do circuito. (MENDES, 2013, p.3).

Há também casos em que o boato acaba sendo divulgado pelos agentes de informação. Seja intencionalmente, pois vale o risco de divulgar o furo de reportagem antes de confirmar a veracidade do fato, ou então por falta de mão de obra suficiente para apurar as informações. Para Kapferer (1987), a veiculação de boatos não é um algo fora do comum, e a partir do momento que ele é veiculado por fontes seguras de informação ele atinge um grande número de pessoas e ganha credibilidade. “Isso dá o estatuto de <<informação>> ao boato. Este adquire então o estatuto da verdade e pode tomar o lugar definitivamente no saber”. (KAPFERER, 1987, p.64).

Enquanto a mídia tradicional dá ênfase aos informes oficiais, o boato alimenta-se do questionamento público. Como destaca Gadini (2007), o boato sobrevive de forma paralela na sociedade, ou seja, não necessita das mídias para ser crível. Porém, o boato muitas vezes chega ao *media* como informação *off* e vai parar nos grandes meios comunicacionais, sendo alimentado por “[...] nota, questionamento ou comentário em suporte impresso, *on-line* ou audiovisual” (GADINI, 2007, p.2), o que aumenta significativamente seu poder de disseminação. Neste ângulo, ressalta-se que muitas vezes o boato é divulgado sem se saber sua origem,

[...] um boato circula sem autoria explícita, ou ao menos tende a se apresentar com autoria não identificada – seja sob a alcunha de fofoca, comentário displicente e não comprovado ou ainda pelo artifício do *off* (“isso em *off*, pois não se pode afirmar” ou, também, “em *off*, sabe-se que isso aconteceu”), quando a fonte prefere não ser publicamente identificada. (GADINI, 2007, p.3).

Mendes (2013), em relação aos boatos difundidos nos meios de comunicação, afirma que os boatos geralmente ocorrem em cenários de crise, o que facilita a propagação dos mesmos. De um lado a mídia tem pressa em informar, mas do outro lado há um público sedento de informação, que nos momentos de tensão, seja por um acidente, uma tragédia natural ou um escândalo político, necessita saber de todos os detalhes. Esses dois fatores influenciam na rapidez da propagação dos boatos como aponta Mendes “[...] graças à velocidade exigente no jornalismo profissional e amador, a *geração multimídia*, os receios, desejos, angústias, o *sonhos americano*, o voyeurismo da tragédia, entre outros parâmetros” (MENDES, 2013, p.16). Nesta perspectiva, o autor explica que a pressa em informar torna rara a verificação da veracidade dos fatos antes de sua publicação, o que facilita a entrada dos boatos nos meios de comunicação tradicionais. Neste cenário, o público não hesita em acreditar nos boatos transformados em notícias. Parte porque os indivíduos não esperam ver boatos nas mídias tradicionais e parte porque o boato apresenta fatos que são plausíveis para os indivíduos, sendo assim desnecessário questionar a veracidade da informação recebida.

3.2 Por Que Acreditamos nos Boatos?

O boato em sua essência busca convencer o seu receptor, o que significa afirmar que uma de suas características mais marcantes é possuir similaridades com uma notícia verdadeira. Partindo desta lógica, Reule (2007) revela que outro artifício do boato é utilizar palavras e expressões apelativas, para chamar a atenção do receptor e a fim de dar embasamento a narrativa utilizam de “[...] nomes de autoridades ou instituições respeitadas [...] para dar embasamento e credibilidade às histórias contadas, a fim de persuadir o receptor”. (REULE, 2007, p.64). Sendo assim, em geral, o indivíduo que fica sabendo do boato não consegue perceber que se trata de uma notícia falsa.

Há quem diga que somente pessoas ingênuas acreditam em boatos, mas sabe-se que “[...] cada pessoa do planeta, em cada período da história humana, com certeza já esteve envolvida em algum nível de boato ou foi afetada por ele. Os boatos proliferam onde quer que existam pessoas”. (DIFONZO, 2009, p.4). Neste contexto, é correto afirmar que as pessoas acreditam nos boatos porque a sua narrativa faz sentido, ou seja, está próxima à sua realidade e faz sentido para determinado grupo. DiFonzo (2009, p.135) afirma que as pessoas acreditam em boatos principalmente “[...] porque eles estão em consonância com os sentimentos, ideias, atitudes, estereótipos, preconceitos, opiniões ou conduta dos ouvintes”. Portanto, apesar de suas características sedutoras e persuasivas, o boato só atinge seu objetivo se corresponder às crenças do seu receptor que o assimila, ainda que inconscientemente, como uma “história” carregada de sentidos.

[...] os boatos são discutidos e avaliados. Passam por um filtro de plausibilidade. Naturalmente, o que é plausível para determinado grupo pode ser fantasia para outro, portanto pode parecer que as pessoas estão agindo sem o uso de um filtro. Entretanto, um olhar mais atento mostrará que a crença maior em um boato leva à maior disseminação desse boato. (DIFONZO, 2009, p.96).

Para o boato ganhar força é fundamental compreender o contexto a partir do qual ele é viralizado¹. O boato é construído pensando em atingir um público

¹ Viral é um termo que surgiu junto com o crescimento do número de usuários de blogs e redes sociais na internet. A palavra é utilizada para designar os conteúdos que acabam sendo divulgados por muitas pessoas e ganham repercussão (muitas vezes inesperada) na web. Extraído do site: <http://www.ebc.com.br/tecnologia/2012/11/o-que-e-viral>. Acesso em: 30 mai. 2018.

específico que tem maior probabilidade de acreditar e compartilhar o acontecimento fraudulento. Segundo Kapferer (1987), os boatos falam de um acontecimento particular, buscando atingir um determinado grupo de pessoas e, por isso, cada um deles tem seu público.

Os boatos de que temos conhecimento encontram muitas vezes um eco em nós próprios. É o resultado de pertencermos a um grupo social cujas opiniões, valores e atitudes partilhamos. A cautela que o boato traz às nossas intuições, sentimentos e opiniões explica que boatos poucos plausíveis se desenvolvem com um certo sucesso... o facto de um boato reforçar um sentimento muito enraizado torna-o menos sujeito a uma análise crítica. (KAPFERER, 1987, p.83).

Já para Renard (2007), a implicação é o verdadeiro propulsor de um boato. O autor, citando Michel-Louis Rouquette, explica que um sentimento de proximidade afeta os indivíduos, fazendo-os acreditar e disseminar os boatos.

A implicação, que é o verdadeiro motor do boato: é porque os indivíduos se sentem afetados pelo conteúdo de um boato que eles aderem a ele e o retransmitem. As histórias que mais nos interessam são aquelas que, de uma maneira ou de outra, nos dizem respeito. (RENARD, 2007, p.98).

Se o boato será crível ou não vai depender do transmissor e do receptor da “notícia”. O público não escolhe acreditar ou não em uma informação falsa. Tudo depende da forma como ela é apresentada. Neste sentido, DiFonzo (2009, p.141) afirma que a “credibilidade da fonte leva à maior aceitação de qualquer mensagem”, e essa credibilidade do transmissor geralmente está ligada à sua profissão, sua experiência de vida ou na confiança que o receptor deposita nele.

Os psicólogos sociais identificaram dois importantes ingredientes na credibilidade da fonte: um deles é a capacidade da pessoa- ela deve entender do assunto. A capacidade pode derivar das credenciais (ela é enfermeira – deve saber que tossir faz cessar um ataque cardíaco), experiência (ele escrever um livro sobre boatos – deve saber que a credibilidade da fonte leva à crença), ou o conhecimento especializado... O outro fator é a confiança no narrador - a sensação de que a fonte está motivada a ajudar o ouvinte, tem em mente os melhores interesses deste e não guarda propósitos ocultos. (DIFONZO, 2009, p.141).

De acordo com Kapferer (1987), “[...] reconhecer um boato não é senão o reflexo da própria dúvida. Assim pessoas diferentes podem chegar a diagnósticos opostos; umas chamarão boato ao que outras chamarão verdade”. (KAPFERER, 1987, p.16). Além disso, Renard (2007) explica que o boato, para ser crível,

apresenta uma narrativa de crítica social ou moral que conforta as opiniões e as atitudes do seu receptor. “A moral dos boatos e das lendas urbanas é, freqüentemente, conservadora, talvez até xenófoba, mas também existem narrativas que criticam o racismo, a ordem moral e a obsessão de insegurança”. (RENARD,2007, p.99).

Persuasivo, o boato tem a capacidade de envolver tanto os transmissores quanto os receptores da informação falsa. O boato tem um grande poder de influência sobre os indivíduos, principalmente porque aborda assuntos de interesse para aquele nicho onde será disseminado.

3.3 A complexa relação entre boatos e as multidões

A conformidade social é outro motivo que leva um indivíduo a acreditar no boato e não questionar sua origem. Para Le Bon (2008), essa conformação é muito comum no que ele denomina de multidão psicológica. Le Bon explica que esse fenômeno ocorre em circunstâncias específicas que une indivíduos em prol de uma causa ou ideia em comum e,

nessas circunstâncias, uma aglomeração de homens possui características novas muito diferentes daquelas de cada indivíduo que a compõe. A personalidade consciente desaparece, os sentimentos e as ideias de todas as unidades orientam-se numa mesma direção. Forma-se uma alma coletiva. (LE BON, 2008, p. 29).

Esse sentimento de coletividade transforma o sujeito momentaneamente apagando a sua individualidade e o deixando suscetível a acreditar em histórias sem hesitar. Isso significa dizer que, “na alma coletiva, apagam-se as aptidões intelectuais dos homens e conseqüentemente sua individualidade. O heterogêneo e as qualidades inconscientes dominam” (LE BON, 2008, p.34). Neste sentido, o indivíduo pertencente a uma multidão psicológica torna-se escravo das ideologias do grupo e passa a responder a partir dos impulsos advindos do grupo de referência.

Sendo paralisada a vida do cérebro no hipnotizado, ele torna-se escravo de todas as suas atividades inconscientes, que o hipnotizador orienta como quer. A personalidade consciente desaparece; a vontade e o discernimento ficam anulados. Os pensamentos e sentimentos são então dirigidos no sentido determinado pelo hipnotizador. (LE BON, 2008, p. 35).

A formação de uma multidão psicológica ocasiona outro fenômeno, denominado por Le Bon (2008, p. 35) como contágio mental, pois em uma “[...] multidão, todos os sentimentos, todos os atos são contagiosos e são - a ponto de o indivíduo sacrificar facilmente o seu interesse pessoal ao interesse coletivo”. Em outras palavras, o indivíduo pertencente a uma multidão psicológica é capaz de ter atitudes totalmente incoerentes as suas crenças, neste sentido Le Bon explica que,

Só pelo fato de pertencer a uma multidão, o homem desce vários graus na escala da civilização. Isolado seria talvez um indivíduo culto; em multidão é um ser instintivo, por consequência, um bárbaro. Possui a espontaneidade, a violência, a ferocidade e também o entusiasmo e o heroísmo dos seres primitivos e a eles se assemelha ainda pela facilidade com que se deixa impressionar pelas palavras e pelas imagens e se deixa arrastar a atos contrários aos seus interesses mais elementares. O indivíduo em multidão é um grão de areia no meio de outros grãos que o vento arrasta a seu bel-prazer. (LE BON, 2008, p. 36)

Além disso, outra característica da multidão psicológica é o fato dos indivíduos pertencentes ao grupo serem altamente sugestionáveis. Na verdade, o poder da sugestão está ligado ao contágio mental. Le Bon (2008, p.42) explica que a maioria das multidões se encontram em um estado de atenção diferenciado “[...] que favorece a sua capacidade de se suggestionar. A primeira sugestão feita impõe-se imediatamente por contágio a todos os cérebros e estabelece logo a orientação”. Quando a multidão crê na sugestão desencadeia um processo de ações impulsivas, onde não existem limites.

Nos seres suggestionados a ideia fixa tem tendência para se transformar em macro. Quer se trate de incendiar um palácio ou de realizar uma obra de abnegação, a multidão executá-lo-á com a mesma facilidade. Tudo dependerá da natureza do excitante e não, como no indivíduo isolado, da relação que possa existir entre o ato sugerido e as razões que se oponham à sua realização. (LE BON, 2008, p. 42).

Neste ambiente altamente sugestionável e impulsivo um boato pode representar o catalisador de uma multidão psicológica, principalmente quando aborda tragédias cometidas contra mulheres ou crianças. A preocupação e o medo levam a formação de uma multidão incapaz de refletir e questionar as informações, agindo apenas por impulso. Nesta lógica Le Bon (2008) explica que:

Tudo o que afeta a imaginação das multidões apresenta-se sob a forma de uma imagem comovente e clara, desprovida de interpretação acessória ou não tendo outro acompanhamento senão alguns fatos admiráveis: uma

grande vitória, um grande milagre, um grande crime, uma grande esperança. É importante apresentar as coisas em bloco, sem jamais indicar sua gênese. Cem pequenos delitos ou cem pequenos acidentes não afetarão em nada a imaginação das multidões, ao passo que um único grande crime, uma única catástrofe as comoverão profundamente, mesmo com resultados infinitamente menos mortíferos que os cem pequenos acidentes juntos. (LE BON, 2008, p. 69).

O boato adquire grande força quando projetado no interior de uma multidão psicológica, pois os indivíduos não questionam os fatos apresentados, mas apenas reagem a ele. Le Bon (2008, p. 44) afirma que essa circulação facilitada é o “[...] resultado de uma credulidade completa, mas também das prodigiosas deformações que os acontecimentos sofrem na imaginação de indivíduos reunidos”. Em sua disseminação comum, o boato sofre diversas alterações por ser espalhado de boca em boca, quando essa dispersão ocorre em uma multidão psicológica ele se desfigura.

O mais simples acontecimento visto pela multidão rapidamente se converte num acontecimento desfigurado. Ela pensa por imagens, e a imagem evocada por sua vez, evoca uma série de outras sem qualquer ligação lógica com a primeira. É fácil conceber esse estado se pensarmos nas estranhas sucessões de ideias a que nos conduz às vezes a evocação de um fato qualquer. (LE BON, 2008, p. 44).

Buscando se passar por um acontecimento legítimo o boato possui diversas formas e campos de disseminação, podendo ser espalhado de boca em boca ou mesmo indo parar em jornais conceituados. Com o advento da internet, a propagação dos boatos foi facilitada. No próximo capítulo abordaremos como as redes sociais transformaram a veiculação dos boatos.

4 REDES SOCIAIS

Com o advento da internet e a popularização do acesso à rede ocorreram mudanças no campo da comunicação e na forma como os indivíduos interagem. Bastar ter um celular ou computador com conexão à internet para ter acesso a informações que antes só eram encontradas nos veículos tradicionais de comunicação como jornal, rádio e tv. Boatini (2016), defende que a tecnologia e as redes sociais online provocaram uma transformação na forma como as notícias são consumidas. “Se antes as notícias chegavam até nós apenas por meio das empresas de comunicação, hoje essa troca de informações se dá, em grande parte, através de indivíduos” (BOATINI, 2016, p.10). Com essa mudança, as redes sociais tornaram-se, cada vez mais, uma fonte de informações, conforme destaca Boatini.

Quando surgiram as redes sociais digitais, essa ferramenta passou a ser vista por muitos como um instrumento importante de descentralização da informação... No entanto, devido à facilidade de compartilhar os mais diversos tipos de conteúdo, estas mesmas redes também contribuem com a desinformação, uma vez que a informação não precisa ser verificada para ser publicada. (BOATINI, 2016, p.10).

A internet popularizou o termo rede social, tornando-o comum para denominar sites de relacionamento que permitem ao usuário seguir outras pessoas como também trocar informações. De acordo com Lima (2014), as redes sociais sempre existiram em nossa sociedade e “com o avanço das tecnologias da informação e comunicação elas foram potencializadas ficando cada vez mais amplas e interativas” (LIMA,2014, p.13). Deste modo, a internet apenas sofisticou um processo que já vinha sendo desenvolvido no ambiente off-line, conforme explica Lima.

Nelas, as pessoas são conectadas por interesses e objetivos comuns sejam eles pessoais, políticos, profissionais, comunitários e todas têm como objetivo principal o compartilhamento de informações. Um dos tipos de redes sociais que vem se destacando pela sua instantaneidade e pluralidade de opiniões são as redes sociais online, elas tornaram-se uma ferramenta de comunicação rápida e eficaz, passando a refletir cada vez mais um fortalecimento da sociedade, em um contexto de maior participação democrática e mobilização social. (LIMA,2014, p.13)

Recuero (2009) também defende que as redes sociais antecedem o surgimento da web. A autora relata que o matemático Leonard Euler foi o primeiro a teorizar sobre o tema ao desenvolver a Teoria dos Grafos, que serviu de base para estudos na área das relações sociais,

Um grafo é, assim, a representação de uma rede, constituído de nós e arestas que conectam esses nós. A teoria dos grafos é uma parte da matemática aplicada que se dedica a estudar as propriedades dos diferentes tipos de grafos. Essa representação de rede pode ser utilizada como metáfora para diversos sistemas. [...] indivíduos e suas interações também podem ser observados através de uma rede ou grafo. (RECUERO, 2009, p.20).

Neste sentido, ao citar Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999, Recuero (2009, p. 24) explica que “uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais)”. Neste conjunto, há uma simbiose, pois ambos são indispensáveis para a formação de uma rede social e para o estudo da mesma,

os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. [...] Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De um certo modo, são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera as estruturas desses grupos. (RECUERO, 2009, p. 25-30)

Não é possível determinar um valor “x” que representa todas as redes sociais, porque cada rede é diferente e seu tamanho e densidade dependem das interações realizadas pelos atores. Uma rede social muda constantemente, pois os atores estão sempre conhecendo pessoas novas.

É comum que o ator X (representado por um nó na rede social) tenha muitas conexões e interaja com diversos outros atores, enquanto um ator Y (representado por outro nó) tenha poucas conexões e interaja pouco. E isto ocorre tanto dentro quanto fora do ambiente *online*. Também é comum que o ator X ou o Y tenha os mais variados tipos de relação com outros atores. Alguns laços podem durar meses, outros anos, e já outros por toda a vida. Uns laços são mais superficiais, outros mais intensos. (GUIMARÃES, 2011, p. 17)

Como todas as interações sociais realizadas pelos atores formam uma rede, tanto no mundo online quanto no mundo off-line, os laços sociais se formam a partir das interações entre os atores.

O que conecta as pessoas são as relações de diversas naturezas: amizade, trocas de informação etc. Portanto, é comum que um mesmo indivíduo possua várias redes sociais distintas. Uma rede que o conecta com seus colegas de trabalho, outra que o conecta com seus familiares, outra que o

conecta com pessoas que compartilham um *hobbie* que pratica, e assim por diante. (GUIMARÃES, 2011, p. 17)

Recuero afirma que “uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores” (RECUERO, 2009, p. 24). Dentro dos sites de relacionamento essas conexões foram ampliadas e o seu reconhecimento facilitado.

Essas ferramentas proporcionaram, assim, que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros. (RECUERO, 2009, p. 24).

Guimarães (2011, p.25) afirma que a comunicação mediada pelo computador apresenta particularidades como a desterritorialização dos laços sociais, pois a internet modernizou a criação de laços sociais à distância, que antes ocorriam através de outros meio de comunicação como a carta. Sendo assim, “o uso de programas como Skype, Messenger, *sites* de rede social como *Facebook* e *Orkut*, o *e-mail* são exemplos de ferramentas que auxiliam a comunicação *online*”. Já Recuero (2009) ressalta que a característica mais importante desta comunicação online é que os atores são representados por perfis no ciberespaço, que podem ou não corresponder a sua identidade verdadeira.

Assim, neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço. Um ator, assim, pode ser representado por um *weblog*, por um *fotolog*, por um *twitter* ou mesmo por um perfil no Orkut. E, mesmo assim, essas ferramentas podem apresentar um único nó (como um *weblog*, por exemplo), que é mantido por vários atores (um grupo de autores do mesmo *blog* coletivo). (RECUERO, 2009, p. 25).

Neste sentido, Recuero (2009, p.26) explica que os perfis criados pelos atores nos sites de relacionamentos são uma representação de sua individualidade e personalidade e, por isso, “há um processo permanente de construção e expressão de identidade por parte dos atores no ciberespaço”. Essa representação dinâmica do “eu” no ciberespaço permite que o ator escolha um novo nome (nickname), uma foto para ilustrar sua página online e selecionar quais informações sobre si serão disponibilizadas aos outros internautas.

[...] os usuários são identificados pelos seus perfis. Como apenas é possível utilizar o sistema com um *login* e senha que automaticamente vinculam um ator a seu perfil, toda e qualquer interação é sempre vinculada a alguém. Para tentar fugir desta identificação, muitos usuários optam por criar perfis falsos e utilizá-los para as interações nas quais não desejam ser reconhecidos pelos demais. (RECUERO, 2009, p. 28).

As redes sociais online conferem um sentimento de liberdade que rompe barreiras em relação a aspectos físicos e psicológicos dos atores como “sexualidade, cor, limitações físicas e outras não são imediatamente dadas a conhecer, proporcionando uma maior liberdade aos atores envolvidos na relação, que podem reconstruir-se no ciberespaço” (RECUERO, 2009, p.38). Para Reule (2008), “a rede representa um ideal de democratização – diminuindo, utopicamente, hierarquias – e possibilita, através do anonimato, um sentimento de liberdade em diversos níveis, seja emocional, relacional, cultural” (REULE, 2008, p.11). Deste modo, como não há uma forma de verificar as intenções e o caráter dos atores conectados, Reule (2008) explica que

A rede é um espaço de sociabilidade globalizado, desterritorializado, interativo, que potencializa uma interação sem coincidência temporal e geográfica, caracterizado pela multimídia, pelo hipertexto, pela velocidade e pela produção coletiva. Desse modo, para o bem ou para o mal, *sites* da Web, comunidades virtuais, salas de bate-papo e correios eletrônicos são espaços de conversa, troca de informações e conhecimento mútuo. Não importa quem é e onde se encontra, no mundo *offline*, o indivíduo que navega na Internet. (REULE, 2008, p.11).

Os sites de relacionamento são apenas uma plataforma para a interatividade entre atores sociais altamente mediados. Assim como no mundo off-line os indivíduos aproximam-se de pessoas com interesses em comum, as redes sociais online permitem o mesmo processo de seleção de amizades. Contudo, no ambiente online o indivíduo tem o poder de escolher se vai criar um perfil que representará sua identidade ou simplesmente vai interagir com os outros atores de forma anônima. A possibilidade do anonimato confere não apenas a liberdade para criar um perfil falso como também potencializa a disseminação de informações imprecisas que poderão afetar todos os atores conectados à rede, inclusive ganhando amplo poder de viralização via compartilhamentos. As redes sociais online, neste sentido, sofisticaram a forma do ser humano se comunicar, mas, conseqüentemente, também ampliaram a disseminação da mídia mais antiga do mundo: o boato.

4.1 Facebook e a modernização dos boatos

Dentro deste cenário, a plataforma Facebook é o principal site de rede social online do mundo. Ela foi criada em 2004, na Faculdade Harvard, nos Estados Unidos por Mark Zuckerberg e três amigos universitários. O que era para ser um site de relacionamentos para universitário americanos se popularizou no mundo e hoje conta com aproximadamente 1,94 bilhão¹ de usuários e mais de 1 bilhão de acessos² por dia. Um dos motivos para sua popularidade são as funções disponibilizadas para o usuário, já que a plataforma permite que os atores curtam, comentem e compartilhem conteúdos de outros indivíduos e empresas. Sobre a plataforma de Mark Zuckerberg, Lima (2014) destaca:

O Facebook é o líder nos acessos das redes sociais no Brasil, nele as pessoas criam um perfil pessoal, adicionam outros usuários, participam de grupos com interesses comuns, trocam mensagens públicas ou privadas, protestam, reivindicam direitos, expõem ideias, além de ser um forte agregador de informações para os meios de comunicação e para os jornalistas. (LIMA,2014, p.13).

Quando um ator cria um perfil no Facebook, ele precisa preencher um formulário com dados sobre si. Obrigatoriamente é preciso identificar nome e e-mail, mas também podem ser adicionadas informações como cidade natal; idade; estado civil; “[...] onde estudou e estuda; onde trabalhou e trabalha; atividades e interesses; religião; preferência política; músicas, livros, filmes, programas de televisão, jogos preferidos”. (GUIMARÃES, 2011, p. 66). O site também permite que o ator escolha quais informações ficarão visíveis para seus amigos.

Se tais informações são customizáveis significa dizer que a exposição dos dados varia de perfil para perfil. Enquanto uns optam por divulgar para a audiência um grande número de detalhes pessoais, outros preferem ser mais discretos e disponibilizar no *site* de rede social somente um ou outro dado pessoal. (GUIMARÃES, 2011, p. 66).

Depois de criado o perfil, os atores podem começar a interagir com outros usuários, adicionar amigos, seguir páginas de assuntos de seu interesse, dentre

¹ Dados divulgados pela empresa Facebook: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.

² Dados divulgados, em 2016 pela empresa Facebook: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/facebook-atinge-marca-de1-bilhao-de-usuarios-todos-os-dias.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.

outras atividades. E tudo que o ator postar em sua *timeline*³ pode ser visto pelos usuários conectados a ele em sua rede, assim como o ator poderá ver os conteúdos dos outros indivíduos que estão no Facebook. Neste sentido, Recuero (2009, p. 33) explica que quando um usuário do site de relacionamento aceita a solicitação de amizade de outro indivíduo “[...] há um reflexo no sistema (as pessoas são unidas por uma conexão) e um reflexo no indivíduo (cada um dos interagentes terá mais um “amigo”, que poderá ter acesso a seus dados pessoais e enviar mensagens)”. Essas interações, devido à tecnologia utilizada por este site de relacionamento serão responsáveis por determinar os conteúdos ganharão visibilidade na *timeline* do usuário. De acordo com Dumphreys (2016, p.19), devido ao enorme volume de conteúdo publicado na internet, os desenvolvedores criaram “[...] sistemas de filtragem e indexação que limitam a exposição do usuário ao que, teoricamente, não o interessa”. No caso do site de rede social de Zuckerberg, o mecanismo criado para essa filtragem chama-se *EdgeRank*, este sistema escolhe o que aparecerá ou não no *feed* de notícias dos usuários se baseando em três fatores, resultantes das suas interações com os outros atores, são eles: afinidade, conteúdo e tempo.

“Afinidade” é determinado pelo tempo que é gasto conversando e visualizando o perfil de alguém. “Conteúdo” seria a diferença entre postar uma foto, um texto, compartilhar um link ou atualizações de relacionamento como início de namoro, noivado e casamento – atividades que têm peso grande. “Tempo” é o mais simples: quanto mais recente, maior a prioridade em relação a postagens antigas. (Dumphreys, 2016, p. 30).

Dumphreys (2016, p. 32) explica que esses filtros realizados pelos computadores formam o que os pesquisadores chamam de bolha social, pois os filtros examinam os conteúdos que supostamente o ator gosta e a partir disso tenta adivinhar o que chamaria sua atenção. “Dentro de cada bolha existe um universo exclusivo, voltado para cada um. Cada pessoa está sozinha em sua bolha, mas, mesmo assim, a bolha é invisível”. Uma problemática deste sistema é a desinformação gerada por ele, pois no momento em que o indivíduo consome conteúdos que refletem somente a sua ideologia, acaba por não saber o que está acontecendo no mundo em sua volta. Pariser (2012, p. 17) explica que com as redes sociais online o indivíduo está mais preocupado e parecido com os seus vizinhos

³ A *timeline* é o perfil do usuário do Facebook, nela é possível ver a coleção de fotos, posts, novas amizades, novos aplicativos e qualquer outro tipo de atividade que o ator realizar no Facebook. Fonte: <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2011/12/como-usar-timeline-do-facebook-introducao.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.

online do que com os vizinhos reais, ou seja, quando os atores estão inseridos dentro da bolha, eles apenas se preocupam com o seu universo individual, ignorando os outros assuntos da sociedade. Desta forma estão deixando de adquirir o senso do que “é “público” – o espaço em que resolvemos os problemas que transcendem nosso nicho e nossos restritos interesses pessoais”. Neste sentido, se o indivíduo não buscar informação fora de sua bolha, corre o risco de ficar alienado,

Temos a predisposição de reagir a um conjunto bastante específico de estímulos – se uma notícia for sobre sexo, poder, fofocas, violência, celebridades ou humor, provavelmente iremos lê-la primeiro. Esse é o tipo de conteúdo que entra com mais facilidade na bolha dos filtros. É bastante fácil clicarmos em “Curtir” para a postagem de um amigo sobre uma maratona ou um artigo instrutivo sobre como preparar sopa de cebola, o que acabará aumentando a sua visibilidade. É mais difícil clicarmos no botão “Curtir” para um artigo intitulado “Darfur tem o mês mais sangrento em dois anos”. Num mundo personalizado, questões importantes, porém complexas ou desagradáveis – como o crescimento da população carcerária ou o número de desabrigados nas ruas –, têm menos probabilidade de atrair a nossa atenção. (PARISER, 2012, p. 17).

Outra problemática das bolhas sociais, especialmente no Facebook, é que sua filtragem combinada com a facilidade em disseminar conteúdos online modernizou a propagação dos boatos, conhecidos no mundo digital também como *hoaxes*,⁴ pós-verdades ou *fake News*. A facilidade surge porque, de acordo com Dumphreys (2016, p.31), o EdgeRank seleciona “quais notícias chegam até o usuário, sobretudo pelo fato da afinidade ser um fator do algoritmo – as pessoas próximas tendem a compartilhar dos mesmos gostos pessoais”. Neste sentido, quando uma notícia se trata de um boato, os seus receptores, ao recebê-la na sua bolha social, tendem a não a questionar. Atitude provinda desde os primórdios do boato, pois de acordo com Kapferer (1987), o indivíduo não tem o impulso de duvidar de informações provindas de pessoas que ele conhece, e no cenário de uma bolha social é muito comum que os receptores do boato não questionem sua veracidade, já que ele está sendo transmitido por um amigo ou alguém de confiança.

Boatini (2016, p. 13) explica que os boatos “[...] ganharam força com o ‘boom’ das redes sociais no Brasil, especialmente no final da década de 2000, época em que o Facebook – criado em 2004 nos Estados Unidos – popularizou-se no Brasil”.

⁴ *Hoaxes* é uma palavra em inglês que significa embuste ou farsa. Um *hoax* é uma mentira elaborada que tem como objetivo enganar pessoas. A internet é um meio onde há a proliferação de vários *hoaxes*. A palavra *hoax* também pode ser usada no sentido de enganar alguém com uma brincadeira do estilo "pegadinha". Fonte: <https://www.significados.com.br/hoax/>. Acesso em: 30 mai. 2018.

Ele teoriza que essa popularidade pode ser explicada porque as redes sociais online simplificaram a maneira de manifestar-se publicamente, permitindo a uma variedade de atores cogerir o fluxo informacional em rede. Além disso, o boato encontrou nas redes sociais online ferramentas que auxiliam na sua credibilidade,

O que há, com o advento das redes sociais digitais, é uma mudança no patamar da credibilidade alcançada pelo boato publicado na Internet, por meio de instrumentos como imagens, vídeos ou áudios conquista uma verossimilhança que dificilmente será transmitida apenas por meio da conversa ao pé do ouvido. Por mais que confiemos na fonte, a narrativa oral não conta com os mesmos elementos das redes sociais digitais para fazer com que acreditemos na história. É o caso, por exemplo, de compartilhar uma narrativa falsa ao lado de uma imagem que não esteja relacionada com o texto. (BOATINI, 2016, p.103).

Para Bittencourt (2017), as *fakes news* encontram nas redes sociais um ambiente propício para sua disseminação devido aos filtros algorítmicos aplicados pelos sites de relacionamento, já que “[...] compartilhamos com mais frequência aquilo que tem relação direta com o nosso credo, e desqualificamos o que confronta nossas convicções”. (BITTENCOURT, 2017). Neste sentido, o autor teoriza que:

Para alguns segmentos da sociedade e de usuários de sites de redes sociais, há, ainda, a Suspensão da Verdade—a “informação” é dividida com seus seguidores independentemente de guardar relação e proximidade com fatos reais. Esses dois fatores—um ético e outro estético—funcionam para impulsionar a proliferação de boatos, notícias falsas ou fatos distorcidos para que caibam no Campo de Distorção da Realidade de cada um de nós—termo tão bem cunhado pelo biógrafo de Steve Jobs, Walter Isaacson, para explicar porque as histórias do fundador da Apple eram moldadas sob um ângulo que melhor o favorecesse (não importando se fosse verdade ou não). (BITTENCOURT, 2017).

O boato digital mantém as características do boato tradicional: alimenta-se de novidades, é sedutor, é ambíguo e agora mais do que nunca é veloz. Além disso, outro ponto em comum é que ambos são ressignificados pelos indivíduos que os transmitem. Segundo Bittencourt (2017), o boato moderno não possui em sua essência nem a intolerância e nem a agressividade, essas características são adquiridas “porque esteticamente ambas lhe garantem maior poder de propulsão, encontrando eco na audiência que mais lhe convém: os que desejam argumentos irrefutáveis sobre a sua lógica de entendimento do mundo”. (BITTENCOURT, 2017). Dentro deste cenário Bittencourt afirma que:

as notícias falsas se propagam numa velocidade impressionante—tanto por quem nelas acredita, quanto por quem as combate. É um rastilho de pólvora acesso dentro de um paiol coberto de munição. E redes como Facebook são o melhor lugar para que se toque fogo nesse pavio. (BITTENCOURT, 2017).

Tanto no boato tradicional como no boato online são as interações humanas as propulsoras da informação falsa. Por isso, Bittencourt (2017) defende que essa prática só pode ser combatida se o público compreender o funcionamento do Facebook e tiver o discernimento que nem tudo o que é publicado na rede é verdade.

Lima (2014), por sua vez, destaca a responsabilidade dos atores verificarem as informações que circulam nas redes sociais antes de compartilharem em seus perfis, já que nem todas são verdadeiras.

os boatos, em sua maioria, são usados para instalar aplicativos maliciosos, aplicar golpes, promoção pessoal, prejudicar empresas ou denegrir a imagem de pessoas. Dessa forma, as informações postadas nas redes sociais devem ter sua autenticidade verificada cabendo aos seus usuários filtrarem e analisarem as informações antes de postá-las ou compartilhá-las. (LIMA,2014, p.14)

Como a internet é um território de livre expressão e o formato rotineiro das matérias jornalísticas é de conhecimento comum, é relativamente fácil oferecer características de notícia a um boato e mais fácil ainda espalhá-lo. Por isso, redes sociais como o Facebook precisam criar novas ferramentas para cessar a disseminação das notícias falsas.

4.1.2 Combate às notícias falsas nas redes sociais

Existem diversas polêmicas envolvendo a disseminação de *fake news* no site de rede social Facebook. Recentemente foi divulgado que o Congresso americano investiga⁵ a relação da equipe do presidente Donald Trump e cidadãos russos na divulgação de notícias falsas no Facebook durante a eleição presidencial de 2016. Fato que pode ter ajudado a eleger o atual presidente dos Estados Unidos.

Tendo em vista as consequências em torno da circulação de *fake news*, a ONU declarou que notícias falsas representam uma preocupação mundial⁶. Silva

⁵ Fonte: <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-42711228>. Acesso em: 30 mai. 2018.

⁶ Fonte: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2017-03/onu-diz-que-noticias-falsas-r-epr-esenta-m-uma-preocupacao-global>. Acesso em: 30 mai. 2018.

(2017) afirma que países como Alemanha, França e Bruxelas pressionaram o fundador do Facebook para tomar uma atitude contra os boatos digitais.

Acusado de omissão, o fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, responde às pressões internacionais com declarações de intervenções em algoritmos, bloqueio de anúncios e medidas para ajudar na identificação e eliminação de notícias falsas. Na França, entre outras medidas, a empresa está incentivando sites de checagem. (SILVA, 2017, p.12)

Um desses sites de checagem foi batizado de *CrossCheck*. O projeto foi criado em 2017, em parceria com o Facebook e mais de 17 redações francesas com a intenção de evitar que os boatos digitais influenciassem os resultados das eleições presidenciais da França. Silva (2017, p. 13) afirma que,

A luta contra o “*fake news*” se dará em uma plataforma criada pela rede internacional *First Draft*, organização lançada em setembro de 2016 como uma rede de veículos de mídia, organizações não governamentais de defesa dos direitos humanos e entidades de checagem de fatos de diferentes países. Caso obtenha êxito no combate ao *fake news* durante as eleições presidenciais da França, a iniciativa pode ser prolongada.

Além desse sistema de checagem de fatos, o Facebook lançou outras ferramentas no combate aos boatos digitais, uma delas é um manual⁷ de identificação de *fake news*. De acordo com o Mosseri (2017), a empresa está trabalhando constantemente em seu algoritmo para impedir a divulgação de notícias falsas. Neste sentido, o autor explica que as notícias falsas aumentam a desinformação no mundo, sendo assim a comunidade em geral tem a responsabilidade de combater a disseminação de *fake news*. No que se refere ao Facebook, Mosseri afirma que a equipe tem seguido três passos para combater o problema:

1. **acabar com os incentivos econômicos**, já que a maioria das notícias falsas são disseminadas por motivação financeira;
2. **desenvolver novos produtos** para reduzir a propagação de notícias falsas, aumentar a diversidade de informações e facilitar o processo de denúncias de notícias falsas; e
3. **ajudar as pessoas a tomar decisões conscientes** quando se deparam com notícias falsas. (MOSSERI, 2017).

⁷ Para acessar: https://www.facebook.com/help/1881_18808357379?helpref=search&sr=3&query=dicas%20para%20ident. Fonte: 01 jun. 2018.

No Brasil, o Facebook está investindo em dois projetos para combater a disseminação de *fake news*: *Vaza, Falsiane!*⁸ e *Fátima*⁹. De acordo com Müller (2018), a iniciativa *Vaza, Falsiane!* é um minicurso online gratuito que tem a intenção de ensinar ao público como reconhecer as notícias falsas. Müller (2018) afirma que para atingir o objetivo os professores Ivan Paganotti (MidiAto ECA-USP), Leonardo Sakamoto (PUC-SP) e Rodrigo Ratier (Faculdade Cásper Líbero), criadores do curso, vão utilizar vídeos explicativos e aplicar testes utilizando de exemplo casos reais de *fake news* espalhados nas redes sociais

Já o projeto *Fátima* trata-se de um *software* que conversa com os usuários da rede social através da ferramenta *Messenger* (*bate-papo* disponível no Facebook). Müller (2018) afirma que essa alternativa de diálogo entre os usuários do Facebook e o robô vai ajudar os atores a identificar informações falsas e checar fatos através de uma conversa simples e direta.

O chatbot poderá ajudar os usuários a identificar informações falsas e checar fatos específicos através de uma conversa comum, sem a necessidade de interação com um humano. (...) O *Fátima* foi desenvolvido pela agência de checagem de fatos Aos Fatos, integrante da International Fact-Checking Network. O nome do robô vem de "FactMa", abreviação de "FactMachine". (MÜLLER, 2018)

Todas as ações da plataforma Facebook contra a disseminação de *fake news* são necessárias para ajudar a combater a desinformação digital. Não apenas os consumidores de notícias estão sendo afetados pelo problema do boato na rede, mas os próprios comunicadores também encontram dificuldade para distinguir as informações disponíveis no mundo *online*, o que, por vezes, transforma um boato publicado no Facebook em uma pauta jornalística de grande repercussão midiática.

4.2 Jornalismo digital como campo de disseminação de fake news

O jornalismo digital, também conhecido como webjornalismo, jornalismo online ou ciberjornalismo, tem os mesmos princípios éticos do jornalismo tradicional. De acordo com o manual deontológico jornalístico, referente à conduta de profissionais da área, "[...] o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade

⁸ Fonte: <https://www.facebook.com/leonardo.sakamoto/posts/1943538079008073>. Acesso em: 30 mai. 2018.

⁹ Fonte: <https://aosfatos.org/noticias/aos-fatos-vence-desafio-contrafake-news-e-desenvolvera-robo-para-twitter/>. Acesso em: 30 mai. 2018.

no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação”¹⁰. Este dever, pelo menos em tese, mantém-se como prerrogativa no ambiente online.

Porém, a apuração dos fatos veiculados no ciberespaço vem sendo negligenciada. Como aponta Deiro (2013), “[...] a pressão por velocidade e atualização contínua na produção de notícias online, herdada dos serviços de agência de notícias, compromete a apuração e contribui para a crise de credibilidade do jornalismo” (DEIRO, 2013, p. 1). A pressa em divulgar a informação em “primeira mão” na internet abre espaço para a circulação de boatos na mídia online de referência.

A “barriga”, como é chamado popularmente o furo jornalístico que se mostra inverídico, seria apenas mais um caso de equívoco na imprensa, não fosse um exemplo sintomático de como a apuração tem perdido espaço para as exigências de velocidade no jornalismo online, mesmo em veículos que levam a vantagem de trazer para a internet uma reputação consolidada nas mídias tradicionais. Em um contexto em que a agilidade é mais importante do que a profundidade para atrair cliques, o boato neste caso ganhou eco com uma facilidade aterradora. (DEIRO, 2013, p. 2).

A urgência em publicar a informação é um denominador comum na atividade jornalística e existe desde a invenção da imprensa. Para o autor, ainda, a notícia sempre foi um produto da atividade jornalística que tem em sua essência o imediatismo. Com o avanço da tecnologia e as mudanças no campo jornalístico no processo de produção das notícias, tornou-se necessário publicar os acontecimentos cada vez mais rápido, o que criou uma problemática, pois para cumprir o prazo há casos em quem não há revisão do material publicado. Neste sentido, Deiro (2013, p. 6) explica que o trabalho realizado pelo jornalismo online tem sua publicação quase imediata o que ocasiona “A ausência dos mecanismos de checagem, detalhamento e contextualização, assim, muitas vezes comprometem a qualidade das notícias veiculadas”.

Outra problemática no campo do jornalismo online é que com a modernização das máquinas e a facilidade em se comunicar ocasionou no enxugamento das redações jornalísticas. Ele explica que a redução de jornalistas capacitados nas

¹⁰ Trecho extraído do código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, capítulo II, art. 4º: http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 30 mai. 2018.

redações compromete a apuração de notícias, gerando a publicação de notícias mal elaboradas ou até mesmo de *fake news*.

Como o jornalismo feito dentro das redações online é cada vez mais dependente do olhar do outro, muitas vezes sem pessoal para ir às ruas, a prática do pensamento crítico por parte dos profissionais de imprensa tende a se acomodar da mesma forma. Relacionando com o conceito de janela sintética, o trabalho burocrático em frente ao computador nas redações online afasta cada vez mais os jornalistas de seu real objeto de trabalho: os fatos que acontecem lá fora, no mundo real. (DEIRO, 2013, p. 7)

Dentro desta perspectiva de informar mais rápido e apurar informações a partir da redação, sem o contato com o mundo da vida que se desenvolve na rua, Viana (2010) afirma que é cada vez mais comum a prática de coleta e trato da informação “[...] tendo a internet como fonte nos mais diversos suportes e formatos midiáticos, englobando tanto os meios *online* quanto *offline* e incluindo jornais, revistas e programas televisivos”. (VIANA, 2010, p. 3). Tal prática feita de forma descuidada afeta a qualidade do material jornalístico.

A qualidade do jornalismo feito a partir de informações obtidas na internet depende basicamente de dois fatores. O primeiro está relacionado ao comportamento do profissional de jornalismo frente àquilo que encontra, e o segundo deriva das habilidades necessárias para trafegar entre tudo o que encontra. Não é possível pular etapas de verificação de fontes com o intuito de proporcionar agilidade ao material publicado, sem incorrer na possibilidade de se deparar com material tratado de forma errônea, e conseqüentemente reproduzi-lo, encorpando a lista de referências a respeito do assunto. (VIANA, 2010, p.9).

Para Sodré e Paiva (2011) a apuração de dados do jornalismo online tem duas características marcantes: baixa qualidade e excesso de fontes, já que se tornou comum criar matérias a partir dos dados encontrados na internet, seja em sites de buscas ou em redes sociais online. “A falha na apuração e o excesso de informação em circulação ou à disposição têm produzido um ambiente em que as notícias circulam de maneira acelerada consolidando o ambiente de boato”. (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 28). Os autores apontam que o entretenimento é outra característica do ambiente online que impulsiona os boatos no jornalismo digital, neste quesito podemos citar as notícias sobre celebridades em que o intuito muitas vezes é atrair o clique do leitor e não trazer uma informação de relevância,

Nesse transe, multiplicam-se na mídia mundial, em todas as suas declinações técnicas, em todos os suportes, os falsos rumores, os boatos,

assim como as esforçadas tentativas de desconstrução das mentiras. (SODRÉ; PAIVA, 2011, p. 27).

Para Reule (2008), a prática de pautar as redações a partir do que é divulgado na internet é comum e, por isso, boatos entram na agenda jornalística para serem desmentidos. “Isso acontece normalmente quando um boato virtual toma dimensões que escapam ao mundo *online* e entram na pauta de grandes veículos de comunicação, tornando-se foco de matérias”. (REULE, 2008, p.61). Mas, há casos que o boato acaba sendo publicado como informação verdadeira, nessa situação, Reule (2008) adverte que o conteúdo falso, quando tratado como verdade pela mídia de referência, além de ter capacidade de disseminação aumentada, acaba ganhando ar de credibilidade.

Moretzsohn (2013) afirma que com todos os avanços tecnológicos, o ciberespaço tornou-se um cenário apropriado para disseminação de boatos,

[...] a fluidez do mundo virtual o torna particularmente permeável a esse tipo de coisa. Além disso, as redes sociais são um reflexo do comportamento das pessoas na vida cotidiana, cuja característica é precisamente o automatismo, a reação irrefletida. Por isso não é possível, simplesmente, substituir a informação jornalística pelo que circula na internet, por mais que as redes também sejam uma riquíssima fonte de informação e expressão da criatividade e da irreverência diante da brutalidade e da opressão. (MORETZSOHN, 2013).

Neste ambiente de notícias rápidas e imprecisas, as redes sociais servem como fonte de pautas e como cenário de disseminação das *fake news* através do compartilhamento das notícias. Para entender a dinâmica da disseminação de pós verdade pelos atores nas redes sociais é preciso, antes entender, como tais redes afetaram a circulação das notícias e como isso influencia na disseminação de um boato.

4.3 Redes sociais como sistema circulatório de boatos

O advento das redes sociais transformou o modo como os seres humanos se relacionam e também o modo como a sociedade consome informações. Se no modelo massivo era necessário esperar o jornal chegar na banca para receber as novidades do mundo, hoje um simples toque na tela de um smartphone revela os acontecimentos midiáticos e permite que atores sociais altamente conectados compartilhem em seus perfis *online* as notícias para seus amigos e produzam seus

próprios conteúdos a partir do que é transmitido na mídia. Essa evolução enfatizou o papel do receptor como cogestor, e as redes sociais deixaram mais visível a participação dos receptores na circulação de conteúdos. Contudo, essa relação entre produtor e receptor nem sempre se deu dessa maneira.

Para Braga (2012), a evolução da sociedade dos meios – onde os lugares ocupados pela produção e pela recepção estavam devidamente demarcados – para a sociedade midiaticizada – onde a relação produtor receptor se diversifica, ou seja o receptor não apenas recebe a notícia, mas a ressignifica a todo momento, ocorreu não somente pelo avanço tecnológico, mas pela evolução dos processos interacionais. “Com a midiaticização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade”. (BRAGA, 2012, p.35).

Ainda que os processos interacionais mais longamente estabelecidos – da ordem da oralidade presencial e da escrita em suas múltiplas formas – continuem a definir padrões de comunicação, e lógicas inferenciais, que organizam a sociedade e suas tentativas, tais processos, em sua generalidade, se deslocam para modos mais complexos, envolvendo a diversidade crescente da midiaticização – o que é bem mais amplo e diferenciado do que referir simplesmente o uso dos meios. Assim, hoje, o que atrai fortemente nossa atenção são esses processos – cujas ações não se restringem ao objeto “meios” nem ao objeto “receptores e suas mediações”, mas os incluem, a ambos, em formações muitíssimo diversificadas e ainda articulados a outras formações. (BRAGA, 2012, p.35).

Neste sentido, Braga (2012) afirma que a evolução da tecnologia é um fato importante na evolução da circulação, mas “[...] entendemos que os processos comunicacionais associados não decorrem simplesmente da invenção tecnológica. É preciso um componente diretamente social no processo”. Desta forma, no cenário das redes sociais, a transformação do receptor em cogestor só ocorre porque o indivíduo se apropria daquela informação e utiliza a internet como uma ferramenta para criar novos sentidos.

Sobre a tecnologia disponibilizada é preciso ainda que se desenvolvam invenções sociais de direcionamento interacional. Essas invenções são, talvez, a parte mais importante da questão. É porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas se desenvolvem – na engenharia e na conformação social. (BRAGA, 2012, p.36).

Fausto Neto (2010, 2010, p. 56) complementa que os estudos sobre os processos circulatórios emergiram com as novas tecnologias e “[...] sua consequente

conversão em meios de comunicação que repercutem sobre a organização social e seus processos de interação”. Nestes cenários, os primeiros estudos sobre circulação apontavam o processo como algo simplório, onde o emissor transmitia algo ao receptor através de um fluxo unidirecionais de informações.

Usaram modelos de caráter transmissional, enfatizando a tese segundo a qual, os vínculos entre emissores e produtores resultariam de uma ação em que os sujeitos estariam situados de modos distintos: o primeiro como acionador e o segundo como receptor. (...) A construção das relações entre produção e recepção repousava em torno da ocorrência de um ato cujas complexidades e indeterminações estavam colocadas fora de cena. Considerava-se a ênfase ao aspecto consciencial dada por este processo, pondo também fora da cena o âmbito da circulação. A existência de uma “zona” no fluxo produção/recepção era naturalizada como uma “passagem” automática neste circuito – uma espécie de intervalo – sobre o qual diferentes tradições de pesquisa desconheciam a sua existência. (FAUSTO NETO, 2010, p. 56).

Contudo, Fausto Neto (2010) explica que as pesquisas sobre o tema foram se desenvolvendo e os receptores, transformados em objeto de estudos para medir quais efeitos os produtores causavam às massas. Neste cenário, “[...] tal ‘paradigma’ cuidou de enfatizar os processos de captura das audiências e de conferir, mediante formalizações estatísticas e operações matemáticas, a efetividade e qualidade de suas relações com o aparelho produtivo”. (FAUSTO NETO, 2010, p. 56). Para ele, os estudos iniciais sobre como as audiências se formavam e quais são os efeitos que as mensagens dos produtores tinham sobre elas, foram responsáveis por levantar questionamentos que possibilitaram a percepção de que o processo da comunicação entre produtor e receptor não se encerrava na audiência e sim, ganhava novas formas, “pois a recepção *existe e age*” (FAUSTO NETO, 2010, p. 57, grifo do autor).

Quando se percebe que a audiência é ativa, os estudos sobre circulação tornam-se mais complexos à medida que a sociedade evolui suas formas de interação. “Essa construção evidencia a natureza da comunicação – interpessoal e complexa, (como a midiática) – como uma questão relacional, e não só de caráter transmissional”. (FAUSTO NETO, 2010, p. 60).

O sujeito lida com várias injunções, de modo voluntário, ou não, como a linguagem que age sobre ele produzindo surpresas e também dissabores. Nestas condições, o sujeito individual ou institucional, não é o mestre da atividade discursiva, mas efeito do seu funcionamento na medida em que se encontra “constrangido” ou “mobilizado” por uma ordem que o transcende, como algo complexo que é aquele da interdiscursividade. Trata-se da

complexificação do processo da comunicação e não de sua desobjetivação: não se trata da supressão dos lugares de produção e da recepção de discursos, mas de sua subordinação à configuração de novos regimes de discursividades nos quais o discurso está preso. Trata-se da ordem interdiscursiva onde a circulação – como “terceiro” – se oferece como um novo lugar de produção, funcionamento e regulação de sentidos. (FAUSTO NETO, 2010, p.60).

Essa complexificação do processo da comunicação entre produção e recepção referida por Fausto Neto (2010) resulta no aparelho circulatório, um “[...] lugar no qual produtores e receptores se encontram em “jogos complexos” de oferta e de reconhecimento – é nomeada como dispositivo em que se realiza trabalho de negociação e de apropriação de sentidos”. (FAUSTO NETO, 2010, p. 61).

Braga (2012) explica que esse avanço na relação produtor-receptor e o uso das tecnologias implica nas reações que o receptor vai compartilhar com sua rede de contatos. “Isso decorre não apenas da presença de novos meios, mas também de que os produtos circulantes da ‘mídia de massa’ são retomados em outros ambientes, que ultrapassam a situação de recepção, fazendo com a mensagem original ganhe novos contornos e significados”. (BRAGA, 2012, p. 39). A reação do receptor e o seu compartilhamento constituiu o que ele (2012) chama de “fluxo adiante”, um processo que pode acontecer de várias formas, como “a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples ‘conversa de bar’ sobre um filme recém visto”. (BRAGA, 2012, p. 39).

Desta forma, Braga (2012) afirma que em ambientes de interação social, como as redes sociais, a comunicação passa do processo reverberante - de ida-e-volta, para um “[...] processo de fluxo contínuo, sempre adiante. Nessas circunstâncias, já não é tão simples distinguir ‘pontos iniciais’ e ‘pontos de chegada’, produção e recepção como instâncias separadas”. (BRAGA, 2012, p.40). Neste cenário, Braga aponta que o produto midiático é um objeto feito para alimentar o sistema circulatório:

[...] não é “o produto” que circula – mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta. O produto, entretanto, é um momento particularmente auspicioso da circulação – justamente porque, consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade em midiatização), pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços. O produto, por sua permanência e também porque se molda ao mesmo tempo em que busca moldar os ambientes em que se põe a circular, torna-se um especial objeto de observação para inferências sobre

os processos mais gerais em que se inscreve. (BRAGA,2012, p. 41 apud BRAGA, 2011b).

Já Fausto Neto (2010) afirma que, com o avanço tecnológico, os receptores não são mais mantidos a distância e se tornam cooperadores na “[...] cena produtiva midiática, nos seus mais variados formatos e gêneros” (FAUSTO NETO, 2010, p.64-65). O autor defende que o uso de tecnologias torna possível analisar as complexidades da circulação, ou seja, as lógicas que delimitam as interações entre produtor e receptor, figuras cada mais indistintas.

A complexificação tecnológica expõe o trabalho da circulação, muda os ambientes, as temporalidades, as práticas sociais e discursividades, os processos, o *status* dos sujeitos (produtores e receptores), as lógicas de contatos entre eles e os modos de envio e reenvio entre eles diluindo fronteiras outrora cristalizadas, em favorecimento desta nova “zona de contato”, mas também de indeterminações. [...] Converte-se, por este processo de circulação e dos seus efeitos, o deslocamento do leitor à cena discursiva algo que deixa de ser privilégio das rotinas produtivas. (FAUSTO NETO, 2010, p. 65).

Na visão de Santos (2017, p. 11), a circulação midiática corresponde a um complexo processo que envolve a proliferação de conteúdo em rede e, nesse processo circulatório, “os personagens estão interligados na construção e proliferação do conteúdo”. Desta forma, tanto produtor e receptor estão envolvidos no processo de

compartilhamento, troca e a própria produção de informações em diferentes plataformas colaborativas. Sendo assim, a mescla de saberes não se resume apenas a um personagem ou campo específico, mas sim a um agrupamento plural de pessoas responsáveis pelo abastecimento de conteúdo. (SANTOS, 2017, p. 10).

No âmbito das redes sociais, o autor afirma que características como a velocidade e o fluxo de compartilhamento são atenuantes na circulação dos conteúdos online. Nesta perspectiva, a amplitude do sistema circulatório das redes sociais online abrange desde postagens dos atores sociais sobre seu dia-a-dia a postagens com conteúdos que se assemelham a produção jornalísticas.

Os atores sociais interagem se apropriando do fazer jornalístico, para replicar o conteúdo de maneira a atingir e se fazer notado pelo âmbito jornalístico tradicional [...] a circulação é onde essas movimentações ocorrem, e se reformulam constantemente em um palco de interações onde sujeitos se cruzam, trocam conteúdos e papéis, apropriando-se do fazer jornalístico no campo comunicacional. [...] Um video postado na web pode

ser replicado na rede e ganhar repercussão na televisão ou rádio. Nesse sentido, os atores interagem nas diferentes plataformas, mesclando conteúdos e papéis nessa sistemática. (SANTOS, 2017, pp. 24-25).

Nesta perspectiva, de acordo com Santos (2017), os receptores apropriam-se de ferramentas como *smartphones* e computadores, para divulgar suas opiniões e recircular conteúdos na rede ou então postar conteúdos próprios utilizando das redes sociais para dar visibilidade ao material. Em se tratando de *fake news*, a circulação influencia na disseminação do boato, já que “[...] o conteúdo proliferado é passível de réplicas, ou seja, comentários e adendos aos assuntos especificados, fazendo-os muitas vezes adquirir nuances de veracidade” (SANTOS, 2017, p.74).

Para Zago e Silva (2014) as redes sociais deixaram de ser canais de apenas entretenimento, já que muitas vezes os atores sociais as utilizam como um lugar para buscar informações “[...] e tornam-se suas principais fontes”. (ZAGO, SILVA, 2014, p. 6). O grande número de postagens e o *layout* dos sites de rede sociais como o Facebook interferem na forma como os atores sociais consomem essas informações, já que as “[...] interfaces de sites de redes sociais, muitas em formato de linha do tempo, geram a sobreposição de informações e impedem que tudo que circula nestes canais seja de fato percebido e consumido”. (ZAGO, SILVA, 2014, p.8). Neste sentido, os boatos encontram nas redes sociais um canal de circulação eficaz porque os atores não costumam ler o conteúdo na íntegra antes de compartilhar em sua rede de contatos.

[...] destaca-se a possibilidade de que os interagentes curtam e compartilhem conteúdos ou façam retuites apressadamente, sem ler o eventual conteúdo relacionado em link presente na atualização. Existem diversas motivações para esse comportamento, desde a confiança na fonte até a percepção de que o conteúdo da mensagem seja suficiente para compreender a informação. (ZAGO, SILVA, 2014, p. 6).

Levando em consideração o papel da circulação na disseminação de um boato, analisaremos o caso de um rumor tomado como verdade pela imprensa e atores sociais midiaticizados, sendo transformado em notícia e altamente compartilhado no Facebook, revelando circuitos complexos de circulação midiático.

5 METODOLOGIA

Este trabalho aborda a relação das redes sociais com a disseminação de boatos a partir do estudo de caso do rumor intitulado “Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é 'cadáver comum’”, sobre a vereadora Marielle Franco, assassinada no Rio de Janeiro ao lado do motorista no dia 14 de março de 2018. Para Goldenberg (2004), o estudo de caso representa uma análise holística, que busca ser a mais completa possível sobre o objeto de estudo.

O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de apreender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto. Através de um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado, o estudo de caso possibilita a penetração na realidade social, não conseguida pela análise estatística. (GOLDENBERG, 2004, pp. 33-34).

Yin (2001), por sua vez, afirma que o estudo de caso é uma investigação empírica que examina acontecimentos contemporâneos a partir de uma estratégia de pesquisa abrangente que engloba “[...] a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise de dados”. (YIN, 2001, p. 32-33). Para este trabalho foi escolhida a realização do estudo de caso pelo viés de análise de documentos digitais, classificada por Yin (2001) como estável, discreta, exata e de ampla cobertura. A coleta dos dados documentais para a efetivação do estudo de caso foi operacionalizada através da internet, entre 19 de março de 2018 e 10 de abril de 2018, em sites jornalísticos e no site de rede social Facebook. Esse período demarca a ascensão e o esmaecimento do boato em torno da ligação de Marielle com o crime organizado. A internet foi o centro deste estudo, e foi utilizada tanto como

[...] objeto de pesquisa (aquilo que se estuda), quanto local de pesquisa (ambiente onde a pesquisa é realizada) e, ainda, instrumento de pesquisa (por exemplo, ferramenta para coleta de dados sobre um dado tema ou assunto). (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2012, p. 17).

Após os dados serem coletados, foram analisadas as informações reunidas organizando de forma cronológica a disseminação da *fake news* sobre Marielle, bem como o sistema circulatório por onde percorreu a notícia falsa. Desta forma, como aponta Santos (2017, p. 36), o estudo de caso se efetiva “[...] através da análise

empírica de notícias e reportagens pesquisadas na web, bem como sites que produzem e replicam *fake news*, constituindo, assim, um circuito”.

Com o intuito de delimitar o tema, este trabalho também foi pautado por pesquisa exploratória centrado em uma abordagem qualitativa. A escolha desse processo ocorreu a partir da necessidade de uma análise mais detalhada e de uma delimitação do campo de estudo, pois a internet é um objeto que possui especificidades complexas e, especialmente no caso da vereadora Marielle, vimos a rede mundial de computadores ser inundada por inúmeros boatos e suposições sobre os motivos de sua morte. A partir disso, percebemos a necessidade de definir uma amostra de pesquisa, baseada no que foi defendido por Fragoso, Recuero e Amaral (2012)

[...] independente do tema ou da área da pesquisa, o ideal seria observar todos os aspectos da realidade, levando em conta todas as variáveis e reconhecendo as peculiaridades de seus arranjos na composição de cada fenômeno. Evidentemente, a enormidade e a complexidade do mundo inviabilizam a realização de observações com esse grau de abrangência e os pesquisadores são obrigados a escolher uma parte da realidade e focar nela sua atenção. Esse subconjunto da realidade é o que chamamos de amostra ou, ainda, corpus da pesquisa. (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2012, p. 53).

Desta forma, o método exploratório mostrou-se mais adequado para a definição da amostra que seria estudada, já que “[...] as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos”. (GIL, 2008, p.27). Em meio a vastidão de informações sobre o caso Marielle, definimos como corpus da pesquisa o boato intitulado “Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é 'cadáver comum””. A escolha deste rumor específico ocorreu porque os processos circulatorios que mobilizaram o seu compartilhamento envolveram não só os atores sociais e o site de rede social Facebook, mas também veículos oficiais de informação.

Além de aumentar o conhecimento do pesquisador sobre um determinado tema, a pesquisa exploratória tem como característica principal a versatilidade, pois permite utilizar métodos amplos, como “[...] levantamentos em fontes secundárias (bibliográficas, documentais, etc.), levantamentos de experiência, estudos de casos selecionados e observação informal (a olho nu ou mecânica)”. (VIEIRA, 2002, p. 65). A partir da versatilidade da pesquisa exploratória, juntamente com a abordagem

qualitativa, classificada por Goldenberg (2004, p.50) como um método que enfatiza “[...] as particularidades de um fenômeno em termos de seu significado para o grupo pesquisado [...]”, podemos perceber que a pesquisa bibliográfica era necessária para construção da base do nosso estudo de caso.

A revisão bibliográfica é sempre útil para fazer comparações com outros casos semelhantes, buscar fundamentação teórica e também para reforçar a argumentação de quem está descrevendo o caso. A discussão permite avaliar os caminhos seguidos (como se desenvolve o caso), desde a elaboração dos objetivos (por que estudar o caso) até as conclusões (o que se aprendeu com o estudo do caso). (VENTURA, 2007, p. 385).

No âmbito da pesquisa bibliográfica, Gil (2008, p. 50) afirma que a principal vantagem desse método de pesquisa “[...] reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Neste sentido, foram utilizados livros de referência, bem como artigos científicos localizados em base de dados como a Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –, e pesquisas em sites e periódicos especializados. Deste modo, utilizamos os autores Raquel Recuero (2009), Bruno Deiro (2014) e Talita Garcez Guimarães (2011) para sustentar a análise sobre as redes sociais e o jornalismo online, como também dos autores Jean Kapferer (1987), Luiz Carlos Lasbeck (2000), Nicholas Difonzo (2009), José Luiz Braga (2012), Antônio Fausto Neto (2010) e Aline Santos (2017) para sustentar a análise sobre a configuração e a circulação de boatos.

Com a delimitação do campo de estudo, juntamente com a base construída na pesquisa bibliográfica, analisamos o boato sobre Marielle Franco e seus desdobramentos pela ótica da composição textual, tanto das notícias veiculadas sobre o assunto, quanto da posição dos atores sociais comentadores na plataforma Facebook. Além disso, baseado nos conceitos de circulação e midiatização, reconstruímos os caminhos percorridos pelo objeto de estudo, podendo identificar a influência do jornalismo e dos atores sociais midiatizados na construção de sentidos sobre o caso tomado como objeto de estudo.

6 CAMPANHA DIFAMATÓRIA NAS REDES SOCIAIS

No dia 14 de março de 2018 uma execução, na cidade do Rio de Janeiro, projetou o Brasil no foco da atenção midiática. A vítima era Marielle Franco, 38 anos, vereadora pelo estado do Rio de Janeiro eleita com 46 mil votos¹ pelo PSOL. Defensora dos direitos humanos, lutava contra a violência da Polícia Militar e à intervenção federal nas comunidades cariocas. A execução de Marielle tomou conta do imaginário coletivo não somente pela brutalidade, mas também pelos boatos que surgiram nas redes sociais logo após a divulgação de sua morte. Em menos de 24 horas, circulavam pelas redes sociais postagens, comentários e notícias alegando que a vereadora estava envolvida com bandidos das favelas cariocas e que era ex-mulher de um traficante do Rio².

A campanha difamatória que se iniciou nas redes sociais após a execução da parlamentar é um exemplo da utilização de boatos com a intenção de moldar a opinião pública. De acordo com Lippmann (2010, p. 29), em um cenário de incerteza existe um padrão na utilização de um boato que envolve três fatores “[...] o fato casual, a imaginação criativa, o desejo de crer”. Os articuladores da opinião pública utilizam estes três elementos para criar “[...] uma falsificação da realidade para a qual havia uma resposta muito mais violentamente instintiva”. (LIPPMANN, 2010, p.29). Ou seja, o boato que surge em um momento de crise serve para tranquilizar o público ou inflamar seus preconceitos e estereótipos sobre um determinado tema. Neste sentido, antes de examinarmos os boatos sobre a vereadora do PSOL, é preciso entender quem era ela e o que representava – e segue a representar – no atual momento da política brasileira.

¹ Dados extraídos de: <https://oglobo.globo.com/brasil/da-mare-marielle-franco-chega-camara-como-quinta-mais-votada-20228691>. Acesso em: 30 mai. 2018.

² Fonte : <https://www.opovo.com.br/noticias/brasil/2018/03/boatos-sao-espalhados-sobre-marielle-n-a-interpretao-et-confirma-as-mentiras.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.

6.1 A História de Marielle Franco

Provinda da favela da Maré, Marielle foi eleita vereadora no Rio de Janeiro em 2016 e, durante 14 meses de mandato, apresentou cerca de 20 projetos de lei³. Mulher negra, mãe solteira, socióloga, lésbica e feminista, a vereadora era conhecida por seu engajada e luta em defesa pelas minorias⁴.

Saúde da mulher foi uma das pautas mais defendidas por ela. “Se é Legal, tem que ser Real” era o nome de um projeto para informar mulheres sobre as situações em que fazer aborto é está dentro da lei, como anencefalia e estupro. (...) Outro projeto de destaque sugeria a criação do “Espaço Coruja”, um local onde mães e pais pudessem deixar seus filhos para estudar ou trabalhar à noite. (CARBONARI, 2018).

Segundo Carbonari (2018), Marielle aprovou, em setembro de 2017, “um projeto de lei para a construção de novas casas de parto e centros de parto normal atrelados a hospitais para atender mulheres grávidas e no período pós-parto”. Além disso, a vereadora estava com um projeto em andamento para valorizar o funk carioca como movimento cultural e “também pretendia criar o Dossiê da Mulher Carioca, que reuniria informações sobre violência de gênero na cidade”. (CARBONARI, 2018).

De acordo com o site oficial da vereadora, Marielle se formou pela PUC-Rio e cursou mestrado em Administração Pública pela Universidade Federal Fluminense (UFF).

Sua dissertação teve como tema: “UPP: a redução da favela a três letras”. Trabalhou em organizações da sociedade civil como a Brasil Foundation e o Centro de Ações Solidárias da Maré (Ceasm). Coordenou a Comissão de Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro (Alerj), ao lado de Marcelo Freixo.⁵

O site oficial ainda destaca que ela se interessou na juventude pelos Direitos Humanos, após “perder uma amiga, vítima de bala perdida, num tiroteio entre policiais e traficantes no Complexo da Maré”. Tornou-se mãe de uma menina aos 19 anos e isso a transformou em alguém que lutava pelos direitos das mulheres.

³ Fonte: https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/em-mandato-na-camara-marielle-franco-defe_nd_eu_minorias.gh_tml. Acesso em: 30 mai. 2018.

⁴ Fonte: <https://www.mariellefranco.com.br/projetos-de-lei-marielle-rio>. Acesso em: 30 mai. 2018.

⁵ Fonte: <https://www.mariellefranco.com.br/quem-e-marielle-franco-vereadora>. Acesso em: 30 mai. 2018.

Duas semanas antes de sua morte, a vereadora do PSOL foi nomeada relatora da comissão da Câmara dos Vereadores que fiscalizava⁶ a atuação da intervenção federal nas favelas cariocas. Usuária ativa das redes sociais, Marielle postava frequentemente sobre seus feitos políticos e sobre sua ideologia. Na semana que antecedeu seu assassinato, a parlamentar denunciou em suas redes sociais casos de abuso de violência policial no bairro de Acari, na cidade do Rio, conforme indicado nas figuras 1 e 2. No dia anterior à sua morte, publicou um *tweet* protestando a morte de mais um jovem na favela (Figura 3).

Figura 1 – Post compartilhado por Marielle na sua página do Facebook



Fonte: Página oficial de Marielle Franco no Facebook, publicado no dia 10 de março de 2018.⁷

⁶ <https://veja.abril.com.br/brasil/vereadora-marielle-franco-fiscalizava-intervencao-federal-no-rj/>

⁷

<https://www.facebook.com/MarielleFrancoPSOL/photos/a.220675428318057.1073741830.212989092420024/544774942574769/?type=3&theater>

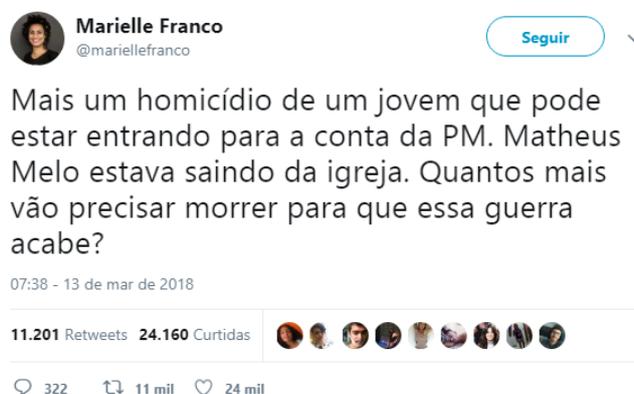
Figura 2 – Denúncia feita por Marielle no Facebook



Fonte: Página oficial de Marielle Franco no Facebook, publicado em março de 2018⁸

⁸ <https://www.facebook.com/MarielleFrancoPSOL/posts/544728049246125>

Figura 3 – *Tweet* de Marielle sobre a violência da PM na favela do Acari



Fonte: Conta oficial de Marielle Franco no Twitter, publicado dia 13 de março de 2018⁹

Mesquita (2018) relata que na noite de sua morte, Marielle havia participado de debate promovido pelos Jovens Negras Movendo as Estruturas, organizado pelo PSOL. O autor também conta que uma das últimas falas da vereadora no evento foi: "Não sou livre enquanto outra mulher for prisioneira, mesmo que as correntes dela sejam diferentes das minhas".

Foi assim, lendo em português e inglês a famosa citação da escritora americana negra, feminista e gay Audre Lorde, que a vereadora Marielle Franco encerrou sua participação no debate Jovens Negras Movendo as Estruturas, organizado pelo seu partido, o PSOL, e que acabara de mediar na noite desta quarta. "Vamo que vamo, vamo junto ocupar tudo (sic)", se despediu. Minutos depois, seria assassinada com quatro tiros na cabeça após deixar a Casa das Pretas, espaço coletivo de mulheres negras na Lapa, no centro do Rio. (MESQUITA, 2018).

A carioca teve seu fim decretado minutos depois de deixar o evento, quando o veículo em que estava foi alvejado por nove tiros de pistola 9mm¹⁰. Ela e o motorista, Anderson Pedro Gomes, morreram no local. Segundo Toledo (2018), a notícia do assassinato espalhou-se rapidamente pelas redes sociais, circulando por diversos espaços da rede, antes mesmo de ser noticiada pelas emissoras de TV. As primeiras construções de sentido em torno do caso, portando, foram dadas a

⁹ Fonte: <https://twitter.com/mariellefranco/status/973568966403731456>. Acesso em: 30 mai. 2018.

¹⁰ Fonte: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/assassinato-da-vereadora-marielle-o-que-se-sabe-sobre-o-crime.ghtml>. Acesso em: 30 mai. 2018.

conhecer por usuários da rede, convertidos em cogestores enunciativos, e não pela imprensa tradicional.

[...] múltiplos polegares se encarregaram de espalhar a história do crime por meio do WhatsApp. De lá, a notícia multiplicou-se pelo Twitter e pelo Facebook. À meia-noite e meia, “marielle franco vereadora” já era líder das “Tendências do Momento” do Google no Rio de Janeiro. A essa altura, nada provocava mais interesse entre internautas cariocas do que a morte da favelada negra que transformara a militância católica da adolescência em mandato eletivo por um partido socialista na meia-idade. (TOLEDO, 2018).

Toledo também aponta que a repercussão do assassinato de Marielle Franco migrou das mídias sociais para os grandes veículos de comunicação nacionais e internacionais. “Correspondentes estrangeiros baseados no Rio de Janeiro publicaram notícias sobre o crime em inglês, espanhol e outros idiomas”. (TOLEDO, 2018). A morte da parlamentar foi noticiada pelos jornais americanos *The New York Times* e *The Washington Post* (Figuras 4 e 5), onde os veículos divulgaram o texto da agência de notícias *Associated Press* e trataram o caso como um assalto.

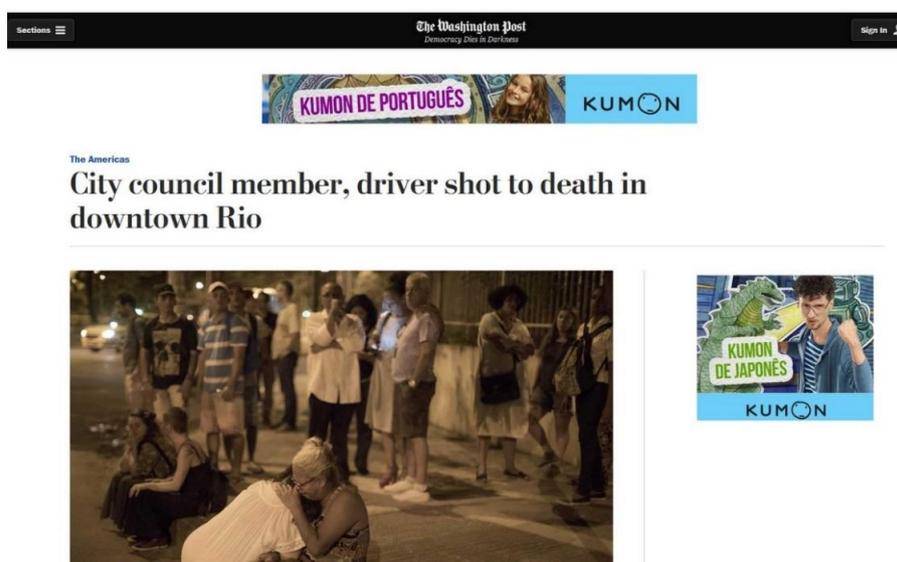
Figura 4 – Notícia sobre o assassinato de Marielle no site do jornal *The New York Times*



Fonte: Site do jornal *The New York Times*, publicado no dia 15 de março de 2018.¹¹

¹¹ Acesso ao conteúdo: <https://www.nytimes.com/aponline/2018/03/14/world/americas/aplt-brazil-rio-council-slaying.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.

Figura 5 – Notícia sobre o assassinato da vereadora Marielle no site do jornal The Washington Post



Fonte: Site do jornal The Washington Post, publicado no dia 15 março de 2018.¹²

Já o Clarín, um dos principais periódicos da Argentina, noticiou a morte da vereadora destacando as denúncias que Marielle havia feito nos dias que antecederam seu assassinato, conforme pode ser identificada na figura 6.

¹² Acesso ao conteúdo: https://www.washingtonpost.com/world/the_americas/city-council-member-driver-shot-to-death-in-downtown-rio/2018/03/14/57478034-27fa-11e8-a227-fd2b009466bc_story.html?utm_term=.2cb0e1afb8af. Acesso em: 30 mai. 2018.

Figura 6 – Notícia sobre o assassinato da vereadora Marielle no site do jornal Clarín



Fonte: Site do jornal Clarín, publicado dia 15 de março de 2018.¹³

E o jornal britânico The Guardian deu ênfase no título da manchete que a vereadora era crítica da polícia, e diferente do The New York Times, tratou o caso como execução e não assalto (Figura 7).

¹³ Acesso ao conteúdo: https://www.clarin.com/mundo/a-asesinato-de-concejala-izquierda-conmociona-brasil_0_ryowBFDtz.html. Acesso em: 30 mai. 2018.

Figura 7 – Notícia sobre o assassinato da vereadora Marielle no site do jornal britânico The Guardian



Fonte: Site do jornal The Guardian, publicado dia 15 de março de 2018.¹⁴

Enquanto a mídia tradicional legitima o acontecimento do assassinato da vereadora, transportando a informação das mídias sociais para os veículos de comunicação renomados, outra vertente se apropria do acontecimento para construir boatos e difamar tanto a vereadora como seus aliados políticos. Devido à onda de *fake news* sobre Marielle, o PSOL decidiu, inclusive, criar um canal para que internautas pudessem denunciar os boatos gerados em torno dela. Desta forma, o partido pretende levar à justiça os difamadores. Até o dia 19 de março, o canal já havia recebido 11 mil denúncias¹⁵ de notícias falsas. Entre essa imensidão de informações enganosas, um boato envolvendo uma desembargadora do Rio de Janeiro obteve grande repercussão nas redes sociais e acabou virando notícia. Analisaremos a seguir a circulação, os desdobramentos do episódio e a posição da opinião pública sobre o acontecimento. Antes disso, contudo, é preciso reconhecer a impossibilidade de mapear e analisar todos os materiais gerados de *fake news* que

¹⁴ Acesso ao conteúdo: <https://www.theguardian.com/world/2018/mar/15/marielle-franco-shot-dead-targeted-killing-rio>. Acesso em: 30 mai. 2018.

¹⁵ Fonte: <http://brasil.estadao.com.br/noticias/rio-de-janeiro,juridico-do-psol-se-mobiliza-contras-noticias-falsas-e-difamacao-de-marielle-nas-redes-sociais,70002232938>. Acesso em: 30 mai. 2018.

circularam em torno do caso, via Facebook. Neste sentido, a análise aqui desenvolvida resgata “cenas” em torno deste caso. Antes de oferecer um viés quantitativo à pesquisa, essas “cenas” capturadas através de um esforço de mapeamento de dados dispostos em rede têm a intenção de oferecer um caráter qualitativo à pesquisa, sintetizando a cadeia de sentidos produzidos em torno do assassinato de Marielle.

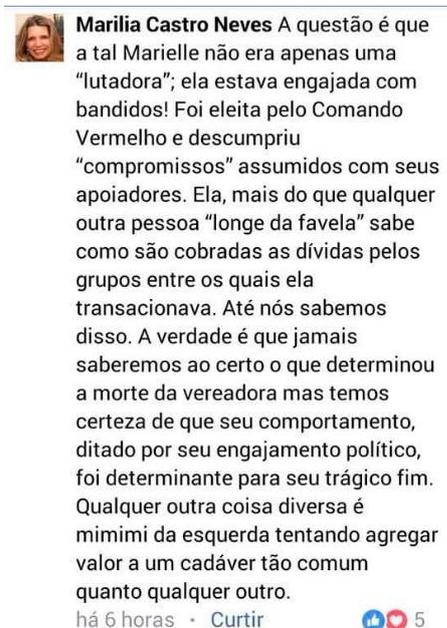
6.2 Processos circulatórios em torno do principal boato sobre Marielle Franco

Este capítulo de análise está fundamentado no conceito de circulação trabalhado por Braga (2012), Fausto Neto (2010) e Santos (2017). Também desenvolve, a partir das ideias de Kapferer (1987), Deiro (2013) e Mendes (2013), reflexões acerca do conceito de boato e a circulação de rumores nas mídias oficiais. Em um primeiro momento é preciso evidenciar que o campo jornalístico, ao longo do caso Marielle, atuou não só como um espaço de esclarecimentos em torno do seu assassinato e do motorista Anderson, mas também corroborou para a proliferação de boatos em torno deste mesmo caso, colocando em xeque o lugar mediador que segue reservado ao jornalismo canônico em tempos de indistinção entre produtores e receptores de meios semiotécnicos. (BEHS, 2017). A morte de Marielle gerou uma onda de *fake news* e, em meio ao fluxo circulatório de rumores, escolhemos a título de análise o caso da notícia falsa que afirmava que Marielle estava engajada com bandidos, inclusive sendo nomeada como ex-mulher de um famoso traficante carioca. O boato tomado como objeto de análise obteve grande influência porque foi publicado em jornais de circulação nacional, sendo ressignificado pelo site Ceticismo Político, onde o boato foi compartilhado mais de 36 mil vezes no Facebook.

Essa *fake news* atribuída à vereadora assassinada originou-se a partir de um comentário no Facebook feito pela desembargadora do Tribunal de Justiça (TJ) do Rio de Janeiro, Marília Castro Neves (Figura 8). No texto, publicado no dia 16 de março e já excluído do site de rede social, a desembargadora respondia a postagem do advogado Paula Nader, que chamou Marielle de lutadora dos direitos humanos. No comentário, Marília afirmava que a parlamentar havia sido eleita pelo Comando Vermelho e que o seu engajamento político e o seu comportamento foram determinantes para a sua morte. Uma figura pública, neste caso, se vale do seu papel de cogestor informativo para, embasada em informações equivocadas,

justificar de forma preconceituosa o assassinato de Marielle, agendando a própria imprensa em torno do caso.

Figura 8 – Comentários da desembargadora na rede social Facebook



Fonte: Coleta de dados realizada pela autora.

Nesse sentido, o comentário proferido pela desembargadora foi legitimado ao se transformar em assunto de uma coluna de opinião publicada no site e no jornal impresso da Folha de S. Paulo (Figura 9). Com o título de "Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é 'cadáver comum'", o texto escrito pela colunista Monica Bergamo deu destaque à fala da desembargadora, corroborando para a circulação do boato, e foi ao ar às 21h05 do dia 16 de março.

A reportagem tinha nove parágrafos. Os cinco primeiros reproduziam e contextualizavam a origem da declaração. Em um único dizia que grupo de advogados defendia que a desembargadora fosse denunciada ao Conselho Nacional de Justiça por ter "ironizado" a morte de Marielle. Nos três parágrafos finais, ouvia a magistrada, que disse nunca ter ouvido falar dela, que tinha copiado o conteúdo de uma amiga e que era contrária à politização do assassinato. (COSTA, 2018).

Figura 9 – Colunista da Folha de S. Paulo oferece repercussão à comentário infundado proferido por desembargadora



Fonte: Site do Jornal Folha de S. Paulo, publicado no dia 16 de março de 2018¹⁶

Ao discorrer sobre o tema, Costa (2018) afirma que “[...] a difusão das mentiras, em grande parte, teve como origem reportagem publicada pela Folha no dia seguinte ao assassinato da vereadora”, corroborando com a ideia de que a mídia tradicional também desempenhou papel central na difusão de informações falsas em torno do caso. Sites de veículos de informação como O Globo, A Gazeta do Povo e o portal de notícias MSN publicaram reportagens utilizando a coluna de opinião da Mônica como fonte, complexificando ainda mais o complexo circuito de circulação do boato entre sites de referência no país, tomados por um impulso de “mimetismo midiático”.

A matéria do jornal O Globo (Figura 10), nos cinco primeiros parágrafos, evidenciava a fala da desembargadora, sem nenhum contraponto. Nos parágrafos finais, o texto citava a colunista Monica Bergamo, como fonte oficial, e no final do texto afirmava que a desembargadora Marília nunca tinha ouvido falar de Marielle e que fez seu comentário era baseado no texto de uma amiga. O texto foi publicado no site do jornal O Globo aproximadamente duas horas após a coluna de opinião de Mônica ir ao ar pela Folha de S. Paulo.

¹⁶ Acesso ao conteúdo: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/m_onicabergamo/2018/03/desembargadora-ora-diz-que-marielle-e-stava-envolvida-com-bandidos-e-e-cadaver-comum.shtml?loggedpaywall?logge-dpaywall. Acesso em: 30 mai. 2018.

Figura 10 – Matéria sobre a desembargadora no jornal O Globo



Fonte: Site do Jornal O Globo, publicado no dia 16 de março de 2018¹⁷

A reportagem da Gazeta do Povo (Figura 11) também reproduz a fala da desembargadora e cita que Marília concedeu entrevista à Monica, da Folha de S. Paulo. O texto, publicado no dia 17 de março, segue a mesma cronologia do texto do jornal O Globo, e evidencia primeiro a fala da desembargadora, porém nos parágrafos finais revela que um grupo de advogados estaria se reunindo para denunciar Marília ao Conselho Nacional de Justiça (CNJ) por ironizar a morte de Marielle.

¹⁷ Acesso ao conteúdo: <https://oglobo.globo.com/rio/desembargadora-acusa-marielle-franco-de-engajamento-com-bandidos-22500122>. Acesso em: 30 mai. 2018.

Figura 11 – Matéria sobre a desembargadora no jornal Gazeta do Povo



Fonte: Site do Jornal Gazeta do Povo, publicado no dia 17 de março de 2018¹⁸

Já o portal de notícias MSN (Figura 12), apesar de abrir a matéria mostrando o comentário da desembargadora, evolui o texto falando sobre quem era Marielle, sobre o que ela representava em termos de projetos e como havia ocorrido a execução ao lado do motorista Anderson. O texto também cita a colunista da Folha de S. Paulo como fonte.

Figura 12 – Matéria sobre a desembargadora no portal MSN



Fonte: Site do portal de notícias MSN, publicado no dia 17 de março de 2018.¹⁹

¹⁸ Acesso ao conteúdo: <http://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/desembargadora-afirma-que-marielle-estava-engajada-com-bandidos-ammbblvvsu1sxb3vrxiro4co>. Acesso em 30 mai. 2018.

¹⁹ Acesso ao conteúdo: <https://www.msn.com/pt-br/noticias/brasil/desembargadora-diz-que-marielle-%e2%80%98estava-engajada-com-bandidos%e2%80%99/ar-bbkjzww>. Acesso em 30 mai. 2018.

O fato da Folha de S. Paulo não informar ao público que o comentário da desembargadora era baseado em um boato configura o que Kapferer (1987) afirma ser um enobrecimento do boato, um processo que ocorre quando os media introduzem uma notícia falsa em suas publicações “[...] sem avisar que se trata de um boato-, enobrecem-na: dão-lhe estatuto de <<informação>> e conferem-lhe assim as suas cartas de nobreza”. (KAPFERER, 1987, p. 27).

Ainda na visão de Kapferer (1987), quando o boato circula nos canais de informação oficiais “[...] o fenômeno do boato deixa então de ser puro: passa a fazer parte da <<informação>> e dos media”. (KAPFERER, 1987, p. 27). Na visão de Deiro (2013) a prática de pautar-se em cima de outros veículos virou rotina no jornalismo online, e o caso Marielle exemplifica a teoria de Deiro (2013) de que as notícias produzidas dentro das redações online são extremamente dependentes do olhar do outro, pois não há tempo para apurar as informações e não se pode deixar de publicar o conteúdo, mesmo que isso signifique apenas reproduzir o que outras fontes oficiais estão publicando.

[...] a prática do pensamento crítico por parte dos profissionais de imprensa tende a se acomodar da mesma forma. Relacionando com o conceito de janela sintética, o trabalho burocrático em frente ao computador nas redações online afasta cada vez mais os jornalistas de seu real objeto de trabalho: os fatos que acontecem lá fora, no mundo real. (DEIRO, 2013, p.7).

No momento que o boato ganha status de notícia, o jornalismo deixa de ser um agente esclarecedor e acaba por impulsionar a circulação do mesmo, oferecendo ampla visibilidade midiática ao fato. Na visão de Gomes (2006, p. 135), um acontecimento, para ser reconhecido como real, deve ser midiaticado. A partir do momento em que esse mesmo acontecimento é midiaticado justamente pela mídia de referência, sua aderência à opinião pública acaba sendo potencializada.

Neste contexto, a informação que circula a partir de um conteúdo jornalístico não costuma ser questionada pelos atores sociais, que atribuem credibilidade à mídia tradicional e, em muitos casos, é posta em recirculação por atores sociais midiaticados, conforme sugere Zago e Silva (2014).

[...] o conteúdo jornalístico também recircula nas redes a partir das apropriações dos interagentes, que reproduzem, postam links ou tecem comentários sobre as notícias que veem circular em outros espaços. Essa recirculação (ZAGO, 2011) está associada a um contexto de mídia espalhável (JENKINS, FORD & GREEN, 2013), no qual as informações

publicadas pela mídia tradicional têm sua circulação potencialmente amplificada, sobretudo em ambientes comunicacionais em rede. (ZAGO, SILVA, 2014, p.10)

A partir do sentido de mídia espalhável defendido por Zago e Silva (2014), podemos afirmar que a coluna da jornalista Mônica Bergamo, veiculada na Folha de S. Paulo, foi crucial na disseminação do rumor sobre Marielle, pois como afirma Braga (2012), o produto midiático viabiliza e alimenta sistemas de circulação já existentes.

O produto, entretanto, é um momento particularmente auspicioso da circulação – justamente porque, consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade em midiatização), pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços. O produto, por sua permanência e também porque se molda ao mesmo tempo em que busca moldar os ambientes em que se põe a circular, torna-se um especial objeto de observação para inferências sobre os processos mais gerais em que se inscreve. (BRAGA, 2012, p. 41).

Considerando o fato de um produto midiático alimentar um sistema circulatório já existente, entendemos que a Folha de S. Paulo, com sua audiência já estabelecida e por ser um veículo midiático prestigiado mostra que, como Fausto Neto (2010) explicou, os *media* corroboram para o sistema circulatório por ser um dispositivo com uma arquitetura comunicacional definida. Ou seja, apesar das mudanças na relação entre produção/recepção, veículos midiáticos como a Folha de S. Paulo, ainda representam um papel importante na circulação dos discursos.

Os media não são apenas compêndios de um processo interacional, mas oferecem seus postulados e lógicas para a própria organização social. Instituem, por suas novas feições, zonas complexas de intensos feedbacks entre os atores removendo posições, redefinindo protocolos de comunicação, estabelecendo novas concepções e natureza de vínculos, alterando espacialidades e temporalidades sobre as quais se funda o ato comunicativo. (FAUSTO NETO, 2010, p. 63).

Neste cenário, onde o boato conquistou status de verdade por circular em veículos midiáticos oficiais o site Ceticismo Político, que saiu do ar por quase 50 dias após ser descoberto que era uma fábrica de *fake news*²⁰, aproveitou o a notoriedade dada ao boato pela Folha de S. Paulo e apropriou-se do conteúdo da coluna de Mônica para construir sua própria versão da notícia falsa. Com o título de Desembargadora quebra narrativa do PSOL e diz que Marielle se envolvia com

²⁰ Fonte: https://catraca.livre.com.br/ge_ral/cidadania/indicacao/marielelle-a-origem-das-mentira-leva-um-site-fantasma/. Acesso em: 30 mai. 2018.

bandidos e é ‘cadáver comum’” (Anexo A), o material do Ceticismo Político foi construído com um título tendencioso e chamativo, que é classificado por Santos (2017) como algo comum em uma *fake news*, “[...] a notícia será composta por um título impactante, que vem ao encontro a uma expectativa real, uma informação relevante que configura um desenlace para um assunto muito comentado na atualidade”. (SANTOS,2017, p. 28).

Para dar credibilidade às informações, o parágrafo de abertura da notícia falsa citava a colunista da Folha de S. Paulo, Mônica Bergamo. De acordo com Kapferer (1987), quem articula a construção de um boato geralmente utiliza a estratégia de apresentar uma fonte de credibilidade, estratégia que legitima a informação trazida. Outro fator apontado por Kapferer sobre a constituição de um boato é que ele tenta se aproximar ao máximo de uma notícia verdadeira e, neste caso, não foi diferente. A notícia falsa veiculada no site do Ceticismo Político apresentava um *lead* padrão e técnicas redacionais utilizadas no jornalismo, como os verbos *dicendi*. Além disso, DiFonzo (2009) defende que um boato geralmente busca atingir um grupo específico, neste caso o público alvo eram eleitores com ideologia política de direita, o que pode ser percebido a partir do posicionamento político do site e pela ligação do Ceticismo Político com um conhecido ícone da extrema direita, o Movimento Brasil Livre (MBL)²¹. A conotação política em torno do assassinato de Marielle e a polarização entre direita e esquerda, fica explicitada no recorte abaixo (Figura 13), extraído da notícia falsa sobre Marielle publicada no site Ceticismo Político. Isso significa dizer que, nas entrelinhas da circulação desse boato, há uma estratégia política muito bem articulada, que visava denegrir a imagem de Marielle para atingir seus aliados políticos.

²¹ O Movimento Brasil Livre é um movimento da extrema direita brasileira que afirma defender o liberalismo econômico e o republicanismo. Criado em 2014, o MBL já se envolveu em diversas polêmicas e as evidências indicam que ele estava ligado ao responsável pelo site Ceticismo Político e que de teria vantagens em denegrir a imagem da Marielle: [https:// noticias.r7.co m/brasil/dono-de-pagina-de-fake-news-sobre-marielle-e-socio-de-dirigente-do-mbl-26032018](https://noticias.r7.com/brasil/dono-de-pagina-de-fake-news-sobre-marielle-e-socio-de-dirigente-do-mbl-26032018). Acesso em: 30 mai. 2018.

Figura 13 – Recorte da notícia falsa do site Ceticismo Político

Agora, a militância da extrema esquerda começou a fazer campanha nas redes para que Marília Castro Neves seja denunciada ao CNJ (Conselho Nacional de Justiça) por ter "ironizado" a morte de Marielle. Ou seja, decidiram também criar o crime de "ironia", o que não existe no código penal.

Fonte: Coleta de dados realizada pela autora.

Considerando a tese de um boato só atinge seu objetivo a partir do momento em que é posto em circulação, com o objetivo de aumentar a disseminação do boato sobre Marielle o Ceticismo Político compartilhou o link da notícia falsa na sua página do Facebook. Atualmente, a página foi retirada do ar por espalhar *fake news* e descumprir as normas do Facebook. Na época em que a publicação foi feita, a página possuía mais de 105 mil seguidores.

Figura 14 –Post sobre Marielle na página do Ceticismo Político amplia circulação em torno da notícia ao publicá-la também no Facebook



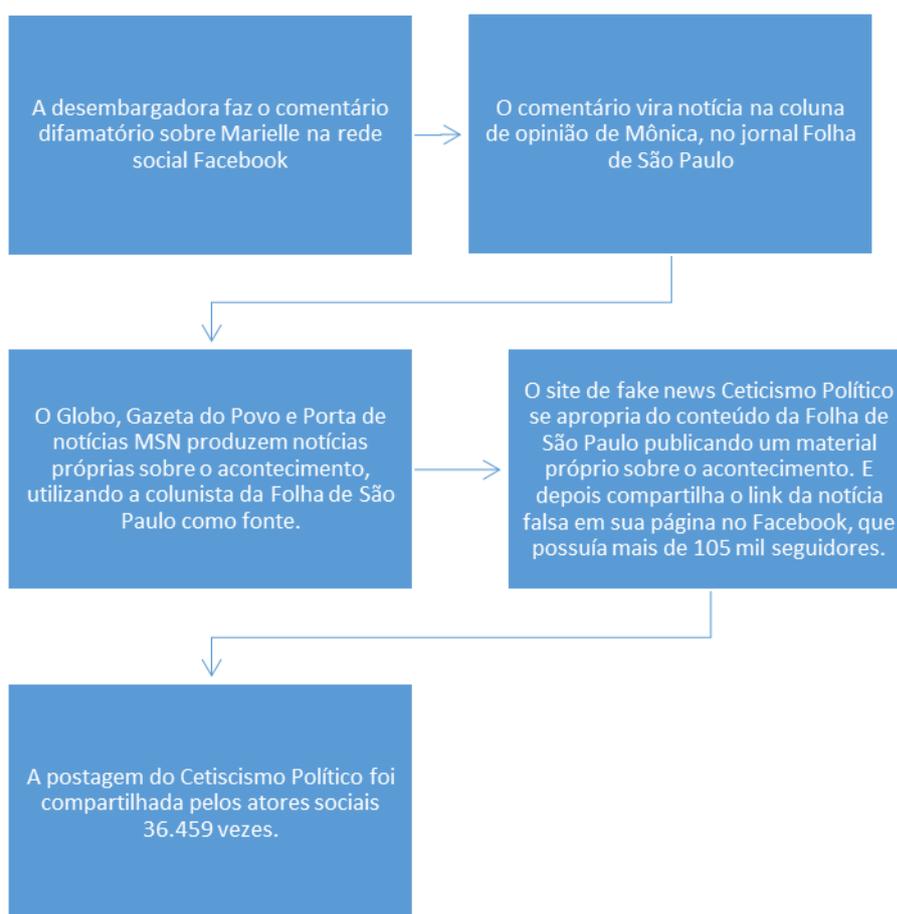
Fonte: Coleta de dados realizada pela autora.

No fluxograma abaixo (Figura 15) reconstruímos o caminho percorrido pela *fake news* que associa a imagem de Marielle ao tráfico. Analisando a figura, podemos perceber que o gatilho inicial do boato acontece no Facebook, percorre as mídias tradicionais e retornou à plataforma de Zuckerberg. A partir desta constatação, percebemos que este boato em específico teve seu início e seu fim na

no site de rede social, com a participação ativa de atores sociais no seu processo, assim como da própria instância jornalística. Pela ótica de Santos (2017),

[...] o gatilho de propagação das fake news parte primeiramente dos atores sociais, que munidos de suas motivações, fazem o conteúdo circular em determinadas zonas de acesso que se expandem por diferentes territórios. Nessa direção, o próprio conteúdo vai se transformando, ao passar pelos outros tópicos em questão (fake news, veículos e instituições, jornalismo de ficção, mentira legitimada), e tornando-se repercussão de uma motivação inicial que atinge as ramificações de uma rede e altera-se enquanto produtofinal. (SANTOS, 2017, p.74).

Figura 15 – Fluxograma do sistema circulatório do boato sobre Marielle

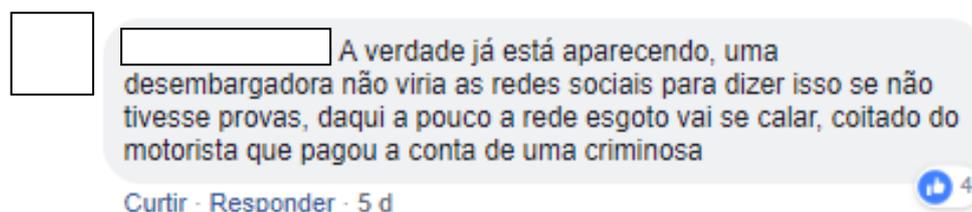


Fonte: Elaborado pela autora.

Analisando a postagem na página do Ceticismo Político, podemos perceber a importância dos atores sociais no processo circulatório, impulsionando a informação falsa sempre à frente. O post foi compartilhado mais de 36 mil vezes, obtendo 1.3

mil reações e 110 comentários. A interação dos atores com a post demonstra que a maioria concordava com a *fake news*, inclusive deixando comentários de apoio na publicação, como mostra a figura 16.

Figura 16 – Comentário extraído da página do Ceticismo Político



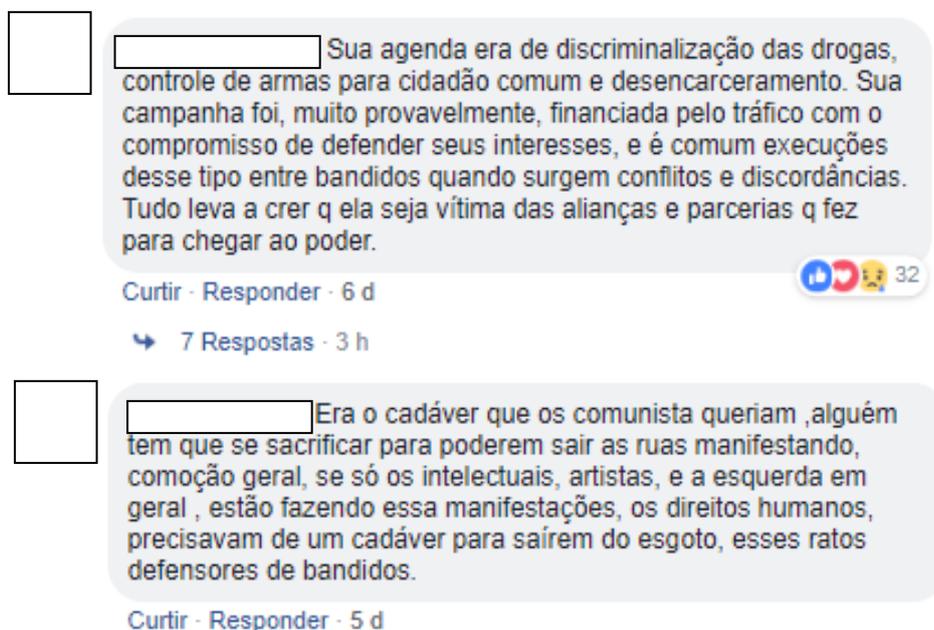
Fonte: Coleta de dados realizada pela autora.

Neste exemplo, o ator comentador enfatiza o fato de ter sido uma desembargadora a dar aquelas informações e por ela ocupar um cargo de alto nível seria uma fonte com credibilidade. De acordo com DiFonzo (2009), o boato só será crível se o receptor confia na fonte de informação: “[...] quase sempre, acreditar no que outras pessoas nos dizem funciona para nós, alimenta relações sociais, fortifica nossas opiniões anteriores”. (DIFONZO, 2009, p.17). Além disso, para continuar circulando o boato precisa corresponder ao quadro mental do receptor, correspondendo “[...] perfeitamente às atitudes, preconceitos e estereótipos do grupo em que ele circula.” (KAPFERER, 1987, p.127). No caso de Marielle, o fato de ser defensora dos direitos humanos e pertencer à ideologia política da esquerda incomodava um grupo de atores sociais. Na perspectiva de Santos (2017),

algumas instituições como os Direitos Humanos possuem um pré-conceito arraigado no imaginário popular. O estigma de “defender bandidos” se interliga com ideias estabelecidas em diferentes grupos de que “bandido bom é bandido morto”, e esses grupos questionam constantemente a que direitos a instituição representa.

Nesta perspectiva o boato sobre a vereadora ser engajada com bandidos fazia sentido para esse grupo de atores sociais que viram no boato a materialização de seus pensamentos, como nos exemplos a baixo:

Figura 17 – Comentários extraídos da página do Ceticismo Político



Fonte: Coleta de dados realizada pela autora.

É importante destacar, contudo, que o circuito de informação em torno do assassinato da vereadora e de tudo que se desencadeia a partir desse acontecimento é altamente complexo. O assassinato da parlamentar ocorreu em um ano eleitoral e abriu uma janela de oportunidade para iniciar ataques políticos na internet. Kapferer (1987) defende que é impossível fazer política sem boatos. Para ele, é normal que “[...] os boatos proliferem sempre que esteja em causa a conquista e a gestão do poder”. (KAPFERER, 1987, p. 197). Enfraquecer o adversário e seus aliados através de mentiras é uma arma muito utilizada nas disputas políticas, afinal,

No arsenal das ferramentas da guerra política, o boato goza de numerosas vantagens. Antes de mais, evita mostrar-se a descoberto: outros falam em seu lugar e fazem-se portadores voluntários ou involuntários do boato. A origem permanece oculta, inatingível e misteriosa. [...] O boato não requer provas. A opinião pública baseia-se muito mais em impressões do que em factos. A simples acusação basta portanto. (KAPFERER, 1987, p. 197).

A morte de Marielle gerou um cenário de crise, o que segundo Mendes (2013, p. 2) é ideal para implementação de boatos e “[...] que propicia a propagação dos mesmos. Deste modo, tornam-se forças poderosas na esfera política”. Neste cenário, onde vale tudo para conquistar o poder, o autor afirma que o boato é usado como um “[...] dado lançado para destruir o inimigo, funciona quase como uma

técnica de distração utilizada no Poker. Mas é bem mais destrutiva e as suas consequências bem mais prolongadas”. (MENDES,2013, p. 8). Em meio à complexa ambiência midiática, o digital potencializou o modo como os boatos circulam e reinventou as táticas das batalhas políticas, desencadeadas principalmente em época eleitoral. Segundo Mendes (2013, p.7):

A internet passou a ser um abrigo acolhedor dos rumores, causando ainda mais gravidade às suas eventuais consequências. Um passo em falso e o líder político, artista e/ou celebridade arrisca ver a sua intimidade exposta, causando a reprovação e a descrença colectiva. Assim, na era digital qualquer “pequeno passo” sabido ou semi-conhecido por alguém abandonará o indivíduo e passará a transitar para muitos, pois vivemos numa Sociedade em Rede, em que os indivíduos estão cada vez mais hiperconectados. Assim a recepção de muitos dos boatos, nas mãos dos cidadãos, hoje uma geração multimédia não passam despercebidos e chegam, alguns deles, a ganhar forma de um vídeo, notícia ou cartoon viral.

Considerando o poder de disseminação de informações na internet e nas redes sociais, foi possível verificar que disputas políticas e momentos de crise são motivadores de boatos. Para Santos (2017), muitos boatos são disseminados durante períodos eleitorais ou que envolvam outras disputas ideológicas entre direita e esquerda.

Sendo assim, há um embate entre os extremos “direita e esquerda” que são fomentados por, e, para diferentes atores sociais que se encarregam de repercutir a informação conforme interesses de grupos diversos. A partir disso, parte-se da premissa inicial de que as *fake news* não são propriamente fruto da desinformação, mas também do discurso ideológico que se encarrega de deturpar a imagem do adversário. (SANTOS, 2017,p. 12)

No caso de Marielle, foi comprovado²² que o boato espalhado pelo Ceticismo Político serviu como uma arma nuclear pertencente à eterna guerra política entre direita e esquerda. Claro que a ação do Ceticismo Político só foi uma engrenagem do sistema circulatório, assim como os atores sociais que compraram o boato como verdade corresponder às suas crenças e estereótipos. Vale dizer, também, que o próprio campo jornalístico serviu como uma ferramenta de disseminação do boato ao divulgar uma declaração infundada sem verificar a veracidade dos fatos, tomando como base apenas a representatividade da fonte.

²² Fonte: https://oglobo.globo.com/rio/dono-de-site-que-amplificou-noticias-falsas-sobre-marielle-re_ve_la-id-entidade-diz-que-atua-para-guerra-politica-22523688. Acesso em: 30 mai. 2018.

Essa *fake news* sobre Marielle trouxe à tona questões importantes para o campo comunicacional, demonstrando o potencial degenerativo associado ao funcionamento das redes, ainda que delas também verta informação regulatória. (BEHS, 2017). Do mesmo modo, apontou para o duplo lugar ocupado pelo campo jornalístico que, embora atue como regulador em torno dos acontecimentos reportados à condição de notícia, também pode impulsionar a circulação de informação distanciada da realidade.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise do objeto de estudo podemos afirmar que, apesar de toda a evolução tecnológica verificada nas últimas décadas, o boato apresenta características imutáveis: ele é ambíguo; traz senso de urgência; aproveita momentos de crises para convencer o público de sua veracidade e, para isso, apresenta fatos que coincidem com os mapas mentais do receptor; mantém-se vivo porque ao ser apresentado como uma informação, o receptor interpreta o que lhe foi dito e produz suas próprias versões do fato, alimentando o sistema circulatório (SANTOS, 2017). Neste sentido, com o surgimento das redes sociais online, os sistemas circulatórios tornaram-se mais dinâmicos e complexos e os atores sociais passaram a controlar os fluxos circulatórios em torno da proliferação dos boatos na medida em que se encontram hiperconectados junto a uma ampla rede de contatos. Para além de consumidores, esses usuários das redes tornaram também produtores e disseminadores de conteúdos.

Neste cenário, podemos perceber que a onda de *fake news* envolvendo a vereadora Marielle Franco surgiu em um período delicado para a política brasileira e, especialmente, para o estado do Rio de Janeiro que enfrenta uma crise de segurança pública pela ocupação das favelas pelo crime organizado. Além disso, os preparativos para as eleições presidenciais já haviam começado, e espalhar boatos sobre os adversários é uma estratégia política bastante conhecida. Dito isso, destacamos questões emblemáticas sobre os circuitos por onde circulou o boato de que Marielle tinha ligações com bandidos, disseminado a partir de um primeiro momento pela desembargadora Marília Castro e potencializado pela própria instância jornalística.

Em um primeiro momento, percebemos que o boato sobre a vereadora carioca foi construído em meio a distintas instâncias midiáticas: o boato surgiu dentro da rede social Facebook, a partir do comentário proferido pela desembargadora, conquistando notoriedade pelo caráter oficial da fonte informativa, bem como pela repercussão da notícia num dos jornais mais conhecidos do país – a Folha de S. Paulo – que publicou coluna noticiosa legitimando o boato. Em seguida, verificou-se um movimento de contaminação, na medida em que outros veículos noticiosos passam a referenciar a Folha de S. Paulo para argumentar que a Marielle tinha envolvimento com bandidos a partir da fala da desembargadora. Com

bases nesses fatos, podemos afirmar que o campo jornalístico ocupa um duplo lugar: ao mesmo tempo em que a sua vocação primeira é prover sentidos à sociedade, dele também pode emanar informações inverídicas, sustentadas pela suposta credibilidade provinda da fonte.

Num segundo momento, o boato sobre Marielle ganha novas formas ao se expandir dos meios tradicionais de comunicação e ser tomado como objeto pelo site da extrema direita, intitulado de Ceticismo Político¹. Vale ressaltar que esse site era impulsionado² pelo MBL, um grupo político dotado com crenças e ideologias demarcadas e que se vale de lógicas e processos tipicamente jornalísticos para visibilizar conteúdo de seus interesses. Nesse sentido, podemos afirmar que o Ceticismo Político se configura como um site “travestido de jornalismo”, que buscava ludibriar o leitor ao apropriar-se de técnicas jornalísticas para produzir notícias falsas afim de influenciar a opinião pública e conduzir os rumos da corrida política a partir da disseminação de *fake news*.

Disputas entre as ideologias de esquerda e de direita sempre existiram. Entretanto, a popularização de redes sociais como o Facebook, dotadas de um grande poder de disseminação, transformaram o “achismo” dos atores sociais em material informativo. Neste sentido, como aponta autores como Zago e Silva (2014) a leitura escaneada feita nas redes sociais leva os usuários a comentarem assuntos sem lerem o conteúdo na íntegra, baseado apenas no título do texto e na opinião de outros atores sociais. Esse comportamento, além de transformar o “achismo” em armas nucleares na guerra política afim de moldar a opinião pública, propaga a desinformação nas redes sociais.

Ao longo desta pesquisa, detectamos que boa parte dos atores sociais comentadores da postagem sobre Marielle não questionavam a veracidade do conteúdo, na medida em que ele correspondia ao estereotipo da “esquerda que defende bandidos”. Deste modo, é possível identificar que as pessoas se deixam persuadir por notícias que reafirmem as suas crenças e posições, conduzindo-as à frente no processo circulatório sem o acionamento de senso crítico capaz de questionar a sua real proximidade com a realidade dos fatos.

¹ Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/03/facebook-remove-pagina-ligada-ao-mbl-qu-e-di-v-u-lgou-noticias-infundadas.shtml>. Acesso em: 30 mai. 2018.

² Fonte: <https://oglobo.globo.com/rio/e-mail-reforca-elo-do-mbl-com-site-que-amplificou-fake-news-cont-ra-marielle-22520708>. Acesso em: 30 mai. 2018.

Dentro desta perspectiva, ao observar o caminho percorrido pelas falsas notícias sobre a vereadora Marielle Franco, percebemos que o boato trilhou um caminho circular: partindo de um comentário na rede social Facebook, percorrendo entre os sites noticiosos e retornando ao Facebook pela postagem do Ceticismo Político, onde começa a perder forças por ser identificado como um rumor.

Além disso, após analisar o caso Marielle podemos afirmar que as mídias sociais, especialmente o Facebook, apresentam também um potencial degenerativo. Isso significa dizer que, embora circule informação sóbria e coerente nesses espaços, também há muita informação equivocada circulando nessas plataformas, o que reforça a necessidade de bons curadores capazes de prover inteligibilidade à superabundância informativa que caracteriza o ciberespaço. No caso específico em torno de Marielle, a rede de Zuckerberg ao mesmo tempo que serviu de cenário para a difusão dos boatos, serviu também para que os atores sociais se organizassem para protestar³ em nome da vereadora assassinada.

A partir disso, percebemos que mais do que nunca a sociedade precisa de um jornalismo de qualidade, que retome o seu papel de mediador das informações para organizar o grande número de informações que circula e recircula nas redes. Apesar da sociedade consumir mais informações hoje, nem sempre o conteúdo é de qualidade e a cultura do “achismo”, misturada com a velocidade da internet, aumenta cada vez mais a desinformação nos meios digitais.

Por fim, vale ressaltar que todos os conceitos abordados durante este trabalho e a análise do caso Marielle representam um pequeno recorte dos problemas enfrentados pelo jornalismo moderno. A partir desta constatação, acreditamos que esta pesquisa serve como uma reflexão e um ponto de partida para novos estudos sobre a relação complexa entre redes sociais e boatos e sobre quais os caminhos que os comunicadores deverão seguir para retomar a confiança em meios a cenário de entropia informativa.

Particularmente, não só como comunicadora, mas também consumidora de informações, a pesquisa deixou evidente a dificuldade inscrita à regulação da notícia diante de um ambiente em que a sociedade se projeta como produtora de sentidos ao lado do campo jornalístico.

³Fonte: <https://revistamari-eclair.g.lob.com/Noticias/noticia/2018/03/apos-assassinato-de-marielle-fran-co-m-anifestacoes-sao-marcadas-no-rio-em-sao-paulo.html>. Acesso em: 30 mai. 2018.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Rodrigo Miquel. **A Construção da Notícia** – Petrópolis: Editora Vozes Ltda., 2009.

BARRETO, Eduardo Leonel. **Hoax no jornalismo: o processo comunicativo que ocorre nas redes sociais e os ruídos que interferem na apuração jornalística para a web**. Rio de Janeiro: Unisuam, Monografia, 2015. Disponível em: <<https://app.luminpdf.com/viewer/koSC7y47QrQXriugb>>. Acesso em: 22 mai. de 2017.

BEHS, Micael Vier. **Disrupções e regulações em circuitos e circulações difusas: a construção do caso sobre o boato da bruxa de Guarujá / Tese (doutorado)** – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, 2017.

BERGER, Crista e TAVARES, Frederico M. B. Tipologias do acontecimento jornalístico. **SBPJor** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo VII Encontro nacional de pesquisadores em jornalismo USP (universidade de São Paulo), 2009, Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/view/13654985/tipologias-do-acontecimento-jornalistico-sbpjor>>. Acesso em: 26 ago. 2017

BITTENCOURT, Daniel. **Fake News e as respostas que devemos buscar para salvar o Jornalismo—de novo**. Disponível em: <<https://medium.com/@bit/fake-news-e-as-respostas-que-devemos-buscar-para-salvar-o-jornalismo-de-novo-223989da3d8d>>. Acesso em: 12 out. 2017.

BOATINI Junior, Danton José O boato na era das redes sociais digitais: uma análise do caso Guarujá. **Dissertação de mestrado**. Programa de Pós- Graduação em Comunicação Social, PUCRS, 2016. Disponível em: <<http://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/9863>>. Acesso em: 27 out. 2017,

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, MA., JANOTTI JUNIOR, J., and JACKS, N., orgs. **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, pp. 29-52.

CARBONARI, Pâmela. **Quem foi Marielle Franco, a vereadora executada no Rio**. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/sociedade/quem-foi-marielle-franco-a-vereadora-executada-no-rio/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

COSTA, Paula. **Das responsabilidades**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/paula-cesarino-costa-ombudsman/2018/03/dasresponsabilidades.shtml?utm_source=meio&utm_medium=email%3Floggedpaywall#_=_?loggedpaywall>. Acesso em: 31 mar. 2018.

DALTOÉ, Andrelise. **Teorias da notícia: uma tentativa de construção** – Disponível em: <http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r1/ccientifica_03.pdf>. Acesso em: 26 ago. 2017.

DEIRO, Bruno. **O ônus da agilidade no jornalismo online**. 9º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, 2013. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Bruno-Peixoto-Deiro.pdf>>. Acesso em: 29 de out. 2017.

DIFONZO, Nicholas. **O poder dos boatos: como os rumores se espalham, ditam comportamentos, podem ser administrados e por que acreditamos neles**- Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

DUMPHREYS, Lucas J. L. Facebook e seus filtros ideológicos: redes sociais e a polarização da opinião política no Brasil. **Monografia**, Graduação Em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016.

FAUSTO NETO, Antônio. As bordas da circulação. **Revista Alceu**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, mai., p. 55-62, 2010.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GADINI, Sérgio Luiz. O boato como estratégia folkcomunicacional - Considerações sobre a presença e efeito de sentido do boato como dispositivo de folkcomunicação política. **Revista Internacional de Comunicação**, UEPG, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo : Atlas, 2008.

GOLDENBERG, Mirian; **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

GOMES, Pedro Gilberto. **A filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

GUIMARÃES, Talita Garcez. O paradoxo da intimidade publicizada. A visibilidade contemporânea no site de rede social Facebook. **Dissertação de mestrado**, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10362/8107>>. Acesso em: 29 nov. 2017

IASBECK, L. C. Os boatos - Além e aquém da notícia. **Lumina**, Juiz de Fora, v.3, n.2, jul./dez, 2000.

KAPFERER, Jean-Noël. **Boatos** – o meio de comunicação mais velho do mundo – Portugal: Publicações Europa-América, LDA, 1987.

LE BON, Gustave. Psicologia das multidões. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2008. Disponível em: <<http://www.freepdf.info/index.php?post/Le-Bon-Gustave-Psicologia-das-multidoes>>. Acesso em: 19 out. 2017.

LIMA, Rawlisson Douglas Firmino. Jornalismo Participativo e os Boatos Virtuais: consequências da democratização da informação, **Trabalho de Conclusão de Curso**, Universidade Estadual da Paraíba, 2014. Disponível em: <<http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/123456789/5332>>. Acesso em: 17 mai. 2017

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MENDES, Diana I.P. E-Rumores políticos. Impacto do Rumor na era digital, Instituto Universitário de Lisboa, 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/3563041/E-Rumores_Pol%C3%ADticos_-_Impacto_do_Rumor_na_Era_Digital>. Acesso em: 30 mai. 2018.

MESQUITA, Lígia. Os últimos momentos de Marielle Franco antes de ser morta com quatro tiros na cabeça. **BBC**, 2018. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-43414709>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

MORETZSOHN, Sylvia. **Redes sociais, boatos e jornalismo**. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/ed751_redes_sociais_boatos_e_jornalismo>. Acesso em: 28 out. 2017

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível: O que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2012. Disponível em: <<https://lereumvicio.files.wordpress.com/2016/06/o-filtro-invisivel-eli-pariser.pdf>>. Acesso em: 02 dez. 2017

REBELO, José. Prolegómenos à narrativa mediática do acontecimento. **Trajectos** – Revista de Comunicação, Cultura e Educação. Lisboa, nº 8-9, 2006, p. 17-27. Disponível em: <[https://mccti.hugoramos.eu/Biblioteca_\(versao_antiga\)/Mestrado_CCTI/Rebelo,%20Jose/Prolegomenos%20a%20Narrativa%20Mediatica%20do%20Acontecimento.pdf](https://mccti.hugoramos.eu/Biblioteca_(versao_antiga)/Mestrado_CCTI/Rebelo,%20Jose/Prolegomenos%20a%20Narrativa%20Mediatica%20do%20Acontecimento.pdf)>. Acesso em: 26 ago. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RENARD, Jean.-B. Um gênero comunicacional: os boatos e as lendas urbanas. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 1, n. 32, 2007. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550188015>ISSN1415-0549>>. Acesso em: 9 set. 2017.

REULE, Danielle Sandri. **A dinâmica dos rumores na rede: a web como espaço de propagação de boatos virtuais**. **Dissertação de Mestrado**, Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/13796>>. Acesso em: 9 set. 2017.

RODRIGUES, Adriano. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: teorias, questões e histórias**. Lisboa: Vega. 1993. P. 27-33.

SANTOS, Aline. Circulação de *Fake News*: Da Guerra Fria à guerra dos cabides. **Trabalho de Conclusão de Curso**, Curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2017.

SILVA, Marina Santos. O Acontecimento e a Atividade jornalística. **Anagrama**, v. 5, n. 3, p. 1-12, june 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35643>>. Acesso em: 26 ago. 2017.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. Informação e boato na rede. In: SILVA, Gislene (et al.). **Jornalismo contemporâneo**: figurações, impasses e perspectivas. Salvador : EDUFBA; Brasília: Compós, 2011. Disponível em: <<http://www.sisbin.ufop.br/novoportal/wp-content/uploads/2015/03/JORNALISMO-CONTEMPORANEO.pdf>>. Acesso em: 29 de out. 2017

TOLEDO, José Roberto de. **A vida e a morte de uma voz inconformada**. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/vida-e-morte-de-uma-voz-inconformada/>>. Acesso em: 20 mar. 2018.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística** - Uma comunidade interpretativa transnacional. volume II, Florianópolis: insular, 2ª Ed., 2005a. p. 61-96

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Volume I. Florianópolis: Insular, 2ª Ed., 2005b. p.149 -152. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/162189290/124578846-Teorias-Do-Jornalismo-Vol-1-Nelson-Traquina-Completo>>. Acesso em: 20 mai. 2017

VENTURA, Magda Maria. O estudo de caso como modalidade de pesquisa. **Revista SOCERJ**, v.20, n.5, 2007, p.383-386.

VIANA, Luciana. O *hoax* e os desafios jornalísticos no trato da informação. **Intercom**, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1857-1.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2017.

VIEIRA, Valter Afonso, As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. **Rev. FAE**, Curitiba, v.5, n.1, p.65-70, jan./abr. 2002. Disponível em: <<https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/449>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGO, Gabriela S.; SILVA, Ana Lúcia M. Sites de rede social e economia da atenção: circulação e consumo de informações no Facebook e no Twitter. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v. 13, n. 1, p. 5-17, 2014.

ANEXO A - TEXTO NA ÍNTEGRA DO SITE CETICISMO POLÍTICO

Desembargadora quebra narrativa do PSOL e diz que Marielle se envolvia com bandidos e é "cadáver comum"

Por Ceticismo Político - 16 de março de 2018

195063 0



Conforme coluna de Mônica Bérnago, a desembargadora Mariela Castro Neves, do Rio de Janeiro, escreveu nesta sexta (16) no Facebook que a vereadora Marielle Franco (PSOL), assassinada nesta semana, "estava engajada com bandidos".

Ela ainda disse que o comportamento de Marielle – "ditado por seu engajamento político" – foi determinante para a morte. Por isso, Mariela diz que há uma tentativa da esquerda de "agregar valor a um cadáver tão comum quanto qualquer outro".

Mariela combatia a narrativa da extrema esquerda de que Marielle era uma "lutadora dos direitos humanos e líder de uma população sofrida".

A desembargadora rebateu: "A questão é que a tal Marielle não era apenas uma 'lutadora', ela estava engajada com bandidos! Foi eleita pelo Comando Vermelho e descumpriu 'compromissos' assumidos com seus apoiadores. Ela, mais do que qualquer outra pessoa 'longe da favela' sabe como são cobradas as dívidas pelos grupos entre os quais ela transacionava."

E seguiu: "Até nós sabemos disso. A verdade é que jamais saberemos ao certo o que determinou a morte da vereadora mas temos certeza de que seu comportamento, ditado por seu engajamento político, foi determinante para seu trágico fim. Qualquer outra coisa diversa é mimimi da esquerda tentando agregar valor a um cadáver tão comum quanto qualquer outro".

Agora, a militância da extrema esquerda começou a fazer campanha nas redes para que Mariela Castro Neves seja denunciada ao CNJ (Conselho Nacional de Justiça) por ter "ironizado" a morte de Marielle. Ou seja, decidiram também criar o crime de "ironia", o que não existe no código penal.

Com razão, Mariela disse que apenas deu a sua opinião como cidadã na página de um colega já que não atua na área criminal.

"A minha questão não é pessoal. Eu só estava me opondo à politização da morte dela. Outro dia uma médica morreu na Linha Amarela e não houve essa comoção. E ela também lutava, trabalhava, salvava vidas", afirma.