

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Faculdade de Letras - Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos

Davidson Henrique da Silva Padrão

***FAKE NEWS: UM ESTUDO DOS MECANISMOS DISCURSIVOS DE NOTÍCIAS FALSAS
RELACIONADAS À PANDEMIA DE COVID-19***

Belo Horizonte
2024

Davidson Henrique da Silva Padrão

***FAKE NEWS: UM ESTUDO DOS MECANISMOS DISCURSIVOS DE NOTÍCIAS FALSAS
RELACIONADAS À PANDEMIA DE COVID-19***

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Estudos Linguísticos da Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Estudos Linguísticos.

Área de Concentração 2 - Linguística do Texto e do Discurso.

Linha de Pesquisa 2B - Análise do Discurso.

Orientadora: Prof^a Dr^a. Gláucia Muniz Proença Lara

Coorientador: Prof. Dr. Luciano Magnoni Tocaia.

Belo Horizonte

2024

P124f Padrão, Davidson Henrique da Silva.
Fake news [manuscrito] : um estudo dos mecanismos discursivos de notícias falsas relacionadas à pandemia de COVID-19 / Davidson Henrique da Silva Padrão. – 2024.
1 recurso online (103 f.: il., color.) : pdf.
Orientadora: Glaucia Muniz Proença Lara.
Coorientador: Luciano Magnoni Tocaia.
Área de concentração: Linguística do Texto e do Discurso.
Linha de pesquisa: Análise do Discurso.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Letras.
Bibliografia: f. 96-102.

Exigências do sistema: Adobe Acrobat Reader.

1. COVID 19 (Doença) – Vacinação – Teses. 2. Fake news – Teses. 3. Análise do discurso – Teses. 4. Plataformas digitais – Teses. 5. Gêneros discursivos – Teses. 6. Desinformação – Teses. I. Lara, Glaucia Muniz Proença. II. Tocaia, Luciano Magnoni. III. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Letras. IV. Título.

CDD: 418



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE LETRAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS LINGUÍSTICOS

FOLHA DE APROVAÇÃO

FAKE NEWS: UM ESTUDO DOS MECANISMOS DISCURSIVOS DE NOTÍCIAS FALSAS RELACIONADAS À PANDEMIA DE COVID-19

DAVIDSON HENRIQUE DA SILVA PADRÃO

Dissertação submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em ESTUDOS LINGUÍSTICOS, como requisito para obtenção do grau de Mestre em ESTUDOS LINGUÍSTICOS, área de concentração LINGUÍSTICA DO TEXTO E DO DISCURSO, linha de pesquisa ANÁLISE DO DISCURSO.

Aprovada em 01 de abril de 2024, pela banca constituída pelos membros:

Prof(a). Luciano Magnoni Tocaia - Presidente da banca/coorientador(a)

UFMG

Prof(a). Maria Magda de Lima Santiago

Centro Universitário Una

Prof(a). Wander Emediato de Souza

UFMG

Belo Horizonte, 01 de abril de 2024.



Documento assinado eletronicamente por **Luciano Magnoni Tocaia, Professor do Magistério Superior**, em 09/04/2024, às 14:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Maria Magda de Lima Santiago, Usuário Externo**, em 09/04/2024, às 17:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wander Emediato de Souza, Professor do Magistério Superior**, em 17/04/2024, às 15:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3067510** e o código CRC **A30A074C**.

À minha querida esposa, Juliana Drumond, por acreditar em mim mesmo nos momentos mais difíceis e quando eu mesmo não acreditei. À minha mãe, Cidinha, por ter me fornecido a base que me fez chegar até aqui. Às minhas filhas, Dominique e Valentina, por suportarem esse período de ausência.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela minha vida.

À minha respeitável orientadora, Prof^ª Dr^ª. Glaucia Muniz Proença Lara, expresso minha profunda gratidão. Sua orientação sábia e paciência incansável foram fundamentais para a finalização desta dissertação.

Ao meu coorientador, Prof. Dr. Luciano Magnoni Tocaia, agradeço pelo encaminhamento final e pela confiança depositada em meu trabalho. Sua contribuição foi essencial para a conclusão deste projeto, e sou imensamente grato pela sua orientação.

À minha amada esposa, Juliana Drumond, meu pilar de força e fonte constante de inspiração. Seu amor incondicional e apoio guiaram-me nos momentos desafiadores desta jornada acadêmica.

À minha querida mãe, Cida Silva, cujo amor e sacrifício sempre foram a luz que iluminou meu caminho. Seu apoio inabalável e incentivo moldaram minha trajetória

Ao meu amigo, sócio e parceiro, Vitor Costa, por entender alguns afastamentos momentâneos, fundamentais para concluir esta parte da minha vida.

Muito obrigado por fazerem parte desta jornada.

“[...] se o indivíduo social produz discursos, eles ajudam a construir a sua imagem, aquela que ele tenta sustentar aos olhos do mundo e, sobretudo, aquela que o ‘outro’ vê e julga.”
(EMEDIATO, Wander; MACHADO, Ida; LARA, Gláucia, 2020)

RESUMO

Esta dissertação examina as *fake news* na era digital, com foco nas narrativas relacionadas à vacinação contra a Covid-19 no Brasil. O objetivo é compreender, teórica e praticamente, esse fenômeno sob as teorias de Bakhtin, de Marcuschi e da Semiótica Francesa. Discutimos se as *fake news* constituem (ou não) um novo gênero discursivo e destacamos a interseção entre a Economia da Atenção e a disseminação de desinformação, especialmente durante a pandemia da Covid-19. A pesquisa conecta essas dinâmicas ao contexto brasileiro, enfatizando o papel do Inquérito das *Fake news* e evidenciando os desafios éticos. Para analisar criticamente as *fake news* selecionadas, utilizamos a Semiótica Francesa, por meio do percurso gerativo de sentido, a fim de revelar as estratégias discursivas empregadas na produção dessas narrativas enganosas. Metodologicamente, trata-se de uma pesquisa qualitativa, que delimitou o corpus a partir de fontes oficiais e um período específico, proporcionando uma análise crítica das estratégias discursivas utilizadas. Os resultados destacam não apenas a manipulação do discurso, mas também contribuem para a compreensão teórica e prática desse fenômeno, alertando para a ameaça à democracia e à informação verídica na era digital. A pesquisa reforçou a urgência de estratégias adaptativas para proteger a integridade democrática e a verdade, ressaltando a importância da interdisciplinaridade na análise das *fake news*. A complexidade desse fenômeno demanda abordagens regulatórias, ações da sociedade civil e responsabilidade das plataformas digitais para enfrentar eficazmente os desafios relacionados às notícias falsas.

Palavras-chave: *fake news*; Covid-19; vacina; gênero discursivo; pós-verdade; economia da atenção.

ABSTRACT

This dissertation examines *fake news* in the digital age, focusing on narratives related to Covid-19 vaccination in Brazil. The goal is to understand, both theoretically and practically, this phenomenon through the lenses of Bakhtin, of Marcuschi and French Semiotics. We discuss whether *fake news* constitutes (or not) a new discursive genre and highlights the intersection between the Attention Economy and the dissemination of misinformation, especially during the Covid-19 pandemic. The research connects these dynamics to the Brazilian context, highlighting the role of the Fake News Inquiry and underscoring ethical challenges. In order to critically analyze the selected *fake news*, we used French Semiotics, through the generative path of meaning, so as to reveal the discursive strategies employed in the production of these misleading narratives. Methodologically, it is a qualitative research that delimited the corpus from official sources and specific periods, providing a critical analysis of the discursive strategies used. The results highlight not only the manipulation of discourse but also its insertion into broader social dynamics. The dissertation seeks to contribute to the theoretical and practical understanding of this phenomenon, alerting to the threat to democracy and accurate information in the digital age. The research reinforced the urgency of adaptive strategies to protect democratic integrity and truth, emphasizing the importance of interdisciplinarity in *fake news* analysis. The complexity of this phenomenon requires regulatory approaches, civil society actions, and digital platform responsibility to effectively address the challenges of the distorted information era.

Keywords: fake news; Covid-19; vaccine; discursive genre; post-truth; attention economy.

RÉSUMÉ

Ce mémoire examine les *fake news* à l'ère numérique, en se concentrant sur les récits liés à la vaccination contre la Covid-19 au Brésil. La recherche a pour but de comprendre, à la fois théoriquement et pratiquement, ce phénomène à travers les perspectives de Bakhtin, de Marcuschi et de la sémiotique française. Nous discutons de la question de savoir si les fausses nouvelles constituent (ou non) un nouveau genre discursif et mettons en évidence l'intersection entre l'économie de l'attention et la diffusion de désinformation, en particulier pendant la pandémie de Covid-19. La recherche relie ces dynamiques au contexte brésilien, insistant sur le rôle de l'Enquête sur les Fake News et soulignant les défis éthiques. Afin d'analyser de manière critique les *fake news* sélectionnées, nous avons utilisé la sémiotique française, à travers le parcours génératif de la signification, pour révéler les stratégies discursives employées dans la production de ces récits trompeurs. Méthodologiquement, il s'agit d'une recherche qualitative qui a délimité le corpus à partir de sources officielles et de périodes spécifiques, fournissant une analyse critique des stratégies discursives utilisées. Les résultats mettent en évidence non seulement la manipulation du discours, mais aussi son insertion dans des dynamiques sociales plus larges. Le mémoire vise à contribuer à la compréhension théorique et pratique de ce phénomène, alertant sur la menace pour la démocratie et l'information précise à l'ère numérique. La recherche a renforcé l'urgence de stratégies adaptatives pour protéger l'intégrité démocratique et la vérité, en soulignant l'importance de l'interdisciplinarité dans l'analyse des *fake news*. La complexité de ce phénomène a besoin d'approches réglementaires, d'actions de la société civile et de responsabilité des plateformes numériques pour relever efficacement les défis de l'ère de l'information déformée.

Mots-clés : fake news ; Covid-19 ; vaccin ; genre discursif ; post-vérité ; économie de l'attention.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Print da rede social Facebook

Figura 2 – Quadro semiótico da veridicção

Figura 3 – Print para análise de corpus: A vacina causa infertilidade em mulheres

Figura 4 – Desmentido oficial Proteína Spike causa problemas de saúde

Figura 5 – Print artigo Vacina contra Covid causa infertilidade feminina

Figura 6 – Print de Post Anvisa registra 26 novos óbitos

Figura 7 – Print do Site do Instituto Butantan

Figura 8 – Print do Site Estudos Nacionais

Figura 9 – Print Mulher com sintomas de câncer

Figura 10 – Desmentido oficial Vacina causa câncer de mama

Figura 11 – Desmentido oficial Ministério da Saúde

Figura 12 – Print da *fake news* Vacina altera o DNA

Figura 13 – Print da *fake news* Eficácia da vacina

Figura 14 – Print da montagem da *fake news* Bill Gates

Figura 15 – Print de matéria jornalística do Site ValueWalk

Figura 16 – Print de post que mostra notícia sobre testes suspensos no Peru

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CAPÍTULO 1 – Contextualização	19
1.1 Breve contextualização do termo fake.....	19
1.2 Mentira, pós-verdade e <i>fake news</i>	20
1.3 Uma pandemia, duas guerras: contra a Covid-19 e contra a desinformação	27
1.4 O Inquérito das Fake News.....	29
1.5 Economia da Atenção e <i>fake news</i> : se o produto é de graça, você é o produto	32
1.6 Regulação e combate às <i>fake news</i> : desafios de vários países.....	35
1.7 Existiria um gênero <i>fake news</i> ?	39
2 CAPÍTULO 2 – Fundamentação teórica e metodológica	44
2.1 O percurso gerativo de sentido	45
2.2 Nível fundamental	46
2.3 Nível narrativo	47
2.4 Nível discursivo	48
2.5 As modalidades veridictórias e sua importância no estudo das <i>fake news</i>	49
2.6 Notícia, gatekeeping, gatewatching e <i>fake news</i>	51
2.7 Metodologia.....	60
3 CAPÍTULO 3 – Examinando as <i>fake news</i>	63
3.1 Texto 1 – A vacina causa infertilidade em mulheres.....	63
3.2 Texto 2 – Anvisa registra 26 óbitos por vacinas nas últimas 24 horas	68
3.3 Texto 3 – Vacinas causam sintomas de câncer.....	71
3.4 Texto 4 – Vacinas alteram o DNA e fazem crianças nascerem com má formação	74
3.5 Texto 5 – Eficácia da vacina e interpretação equivocada	77
3.6 Texto 6 – Morte de idosos	79
3.7 Texto 7 – Testes da Coronavac no Peru causa paralisia nas pernas	83
3.8 Estratégias utilizadas nas produções de notícias falsas.....	86
3.8.1 Elementos para parecer-ser.....	86
3.8.2 Debreagem enunciativa.....	87
3.8.3 Figurativização e iconização.....	88
3.8.4 Tematização.....	88
3.8.5 Diálogos com outros textos/discursos.....	89
3.8.6 Uso de elementos do plano da expressão.....	90
4 CONCLUSÃO	91
REFERÊNCIAS	96

INTRODUÇÃO

As *fake news* não surgiram com o advento das tecnologias eletrônicas ou digitais, uma vez que já existiam em veículos de comunicação impressos, por exemplo. Apenas se intensificaram e se alastram de forma mais rápida após o surgimento de novas ferramentas tecnológicas. Assim, com o nascimento das mídias sociais, os enunciadores das *fake news* ganharam fortes aliados.

Dotadas de linguagem e recursos próprios, as notícias falsas são rapidamente disseminadas e espalhadas pelas redes digitais. Os debates e os estudos acerca das *fake news* ganharam mais destaque mundialmente a partir da eleição norte-americana de 2016 e do Brexit na Inglaterra. A empresa britânica Cambridge Analytica criou notícias falsas e maliciosas, ajudando conservadores a vencerem o Brexit e Donald Trump a ganhar a presidência dos EUA. O mesmo fenômeno pode ter ocorrido no Brasil, nas eleições presidenciais de 2018, que elegeram Jair Bolsonaro. E, em 2019 e 2020, o tema se tornou central no Brasil com a abertura, pelo Supremo Tribunal Federal, do chamado “Inquérito das *Fake news*”, que tem como objetivo investigar uma rede organizada de disseminação de notícias falsas com o objetivo de abalar a credibilidade de instituições públicas e de autoridades. Ainda em 2020, percorrendo 2021 e o início de 2022, a pandemia da Covid-19 manteve o tema em discussão. São inúmeras notícias falsas que circularam (e ainda circulam) pelas redes sociais e aplicativos de mensagens relacionadas à doença e também à vacinação.

Diante desse quadro, a importância de se discutirem as *fake news* é inegável: notícias falsas têm manipulado comportamentos sociais, têm alterado o curso da história em alguns casos e, até mesmo, colocado em risco a democracia e, no caso da Covid-19, a saúde das pessoas. A informação é um pilar democrático de qualquer sociedade que preze por esse regime político. As notícias falsas não se limitam a gerar apenas efeitos de sentido no meio digital; elas transcendem essa esfera e exercem impacto no mundo real, influenciando o cotidiano das pessoas.

Com base em autores como Bakhtin (2011) e Marcuschi (2002), indagamo-nos se as *fake news* que circulam na internet constituem um gênero digital próprio. Como admite o autor russo:

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce

e se diferencia à medida que se desenvolve e se complexifica um determinado campo. Cabe salientar em especial a extrema heterogeneidade dos gêneros do discurso (...). (Bakhtin, 2011, p. 262)

Marcuschi (2002), por sua vez, afirma que o surgimento de novas tecnologias, sobretudo ligadas à área de comunicação, nos dois últimos séculos, propiciou a emergência de novos gêneros. De acordo com ele,

[...] os grandes suportes tecnológicos da comunicação tais como o rádio, a televisão, o jornal, a revista, a internet, por terem uma presença marcante e grande centralidade nas atividades comunicativas da realidade social que ajudam a criar, vão por sua vez propiciando e abrigando gêneros novos bastante característicos. (Marcuschi, 2002, p. 20)

O autor faz, porém, a ressalva de que “esses novos gêneros não são inovações absolutas”, ou seja, trata-se de “novos gêneros” em “velhas bases” (MARCUSCHI, 2002, p. 20), o que justifica o fato de afirmarmos que as *fake news* já existiam em veículos de comunicação impressos, mas se intensificaram e se alastraram de forma mais rápida, com o surgimento de novas ferramentas tecnológicas, particularmente as redes sociais. Podemos supor ainda que as *fake news* se esteiam em um gênero mais antigo, a notícia, distorcendo, porém, a forma ou o padrão característico desse gênero.

Lembrando a definição clássica de gêneros proposta por Bakhtin como “tipos *relativamente* estáveis de enunciados” (Bakhtin, 2011, p. 262), surgem, então, as seguintes questões de pesquisa: as *fake news* da/na internet constituem um novo gênero digital, na medida em que apresentam certa estabilidade na sua produção? Que aspectos caracterizariam essa (relativa) estabilidade?¹ Trata-se de questões a que buscamos responder nesta dissertação.

Assim, à luz de teorias de cunho textual-discursivo, um dos pontos que discutimos nesta pesquisa são os mecanismos de construção do discurso engendrados por trás de uma notícia falsa que buscam produzir efeitos de verdade. Há uma combinação de circunstâncias para que se produzam certos efeitos de sentido entre enunciador e enunciatário(s), mesmo que, no caso das notícias falsas, nem sempre seja possível saber efetivamente quem é o enunciador. Ele é, em geral, falseado para que seja conferido ao

¹ Essas indagações remetem ao questionamento feito pela Professora Dr^a. Janaína de Assis Rufino quando apresentamos o projeto desta dissertação no **XII SETED** – Seminário de Teses e Dissertações do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguístico/UFMG, em dezembro de 2021. A referida professora, que atuou como debatedora do projeto, levantou o seguinte ponto: as *fake news* seriam realmente um gênero discursivo próprio ou seriam tão somente uma variação do gênero discursivo “notícia”? Discutimos melhor essa questão ao longo da pesquisa.

conteúdo veiculado o efeito de “credibilidade”, de “seriedade”, de “imparcialidade e objetividade” etc., circunstâncias que remetem à identidade do produtor, às intencionalidades e às condições de troca nesse discurso. “No âmbito da informação, isso equivale a se interrogar sobre a mecânica de construção de sentido, sobre a natureza do saber que é transmitido e sobre o efeito de verdade que pode produzir no receptor” (Charaudeau, 2006, p. 40).

O texto jornalístico talvez seja, na atualidade, o mais lido (consumido) mundialmente, sobretudo após o advento da internet, que permitiu maior rapidez na sua circulação, como já observamos. Sua importância é, pois, indiscutível. Os produtores de *fake news* se utilizam, frequentemente, da estrutura do discurso jornalístico para produzir efeitos de sentido que se aproximem ao máximo do que se toma como verdade, ou seja, para construir seu “dizer verdadeiro”.

Nesse ponto, é decisivo um estudo de natureza textual-discursiva², estabelecido no quadro teórico-metodológico proposto pela Semiótica Francesa (ou Greimasiana). As *fakes news* podem utilizar, e geralmente se utilizam, de textos sincréticos: investem nas linguagens verbal e não verbal/visual para produzir os efeitos de sentido desejados. Na esteira de pesquisadores como Barros (2020), torna-se relevante discutir como as *fake news* são produzidas para dizerem o que dizem e quais estruturas textuais e discursivas são utilizadas para construir os ditos efeitos de verdade. Considerando que as *fake news* podem ser produzidas e disseminadas em vários suportes midiáticos: no rádio ou na TV, no impresso, no digital etc., este trabalho vai-se ater às *fake news* publicadas nas mídias sociais.

Como corpus a ser analisado, escolhemos notícias falsas divulgadas nas redes sociais sobre a vacinação da Covid-19. Artigo publicado pela Organização Pan-Americana de Saúde em seu site, relata breve histórico da Covid-19. A Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada, em 31 de dezembro de 2019, sobre diversos casos de pneumonia na cidade de Wuhan, na China. Era um tipo de coronavírus que ainda não havia sido identificado em seres humanos. Em 07 de janeiro de 2020, as autoridades chinesas confirmaram que haviam identificado um novo tipo de coronavírus, que foi responsável por causar a doença Covid 19, assim denominada pela junção de (co)rona

² Lembremos que, para a referida teoria, o discurso corresponde ao plano de conteúdo (grosso modo, às ideias veiculadas), enquanto o texto é a junção desse plano com o plano da expressão (a linguagem verbal, não verbal ou sincrética que veicula esse conteúdo), dirigindo-se, portanto, para a manifestação (Fiorin, 1995).

(vi)rus (d)isease + 19 do ano 2019, quando os primeiros casos foram divulgados publicamente. No mesmo mês, a OMS declarou que o surto do novo coronavírus constituía uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) e, em 11 março de 2020, esse surto foi caracterizado como pandemia.

Tão logo houve o início da pandemia, diversas notícias falsas começaram a circular no meio digital. Uma matéria publicada pelo jornal *Folha de São Paulo*, em sua versão online, em 29 de fevereiro de 2020, mostrou um balanço do Ministério da Saúde relacionado a esse fato. De 6500 mensagens recebidas e analisadas entre 22 de janeiro e 27 de fevereiro, 90% eram relacionadas ao novo vírus. Desse total ligado ao coronavírus, 85% eram falsas.

Coletamos e analisamos, assim, sete textos relacionados à vacinação contra a Covid-19³. Utilizamos para análise dos textos escolhidos, três parâmetros de delimitação que estão detalhados na metodologia: (1) textos que tenham sido desmentidos por fonte oficial de governo ou de saúde; (2) textos que tenham sido veiculados entre 23 de outubro de 2020 e 17 de janeiro de 2021; (3) e textos que estejam relacionados à vacinação contra a Covid-19.

Lembra Bakhtin (2011) que um sujeito fala por meio de gêneros. O autor também ressalta que os gêneros se estabilizam por meio de um *conteúdo temático*, uma *construção composicional* e um *estilo*. Dessa forma, pode-se estudar como essas (relativas) estabilidades se organizam para entender o processo de produção de determinado gênero – o que faria das *fake news* digitais um gênero específico como nos indagamos. Isso pode dar luz a importantes pistas narrativas e discursivas para se identificar uma notícia falsa, nosso foco de estudo. Mas discutir teoricamente as *fake news* têm um objetivo maior neste trabalho, que é o de eliminar ou, sem tanta pretensão, diminuir consideravelmente, a disseminação desse tipo de discurso. A grande questão é que notícias falsas impactam a vida privada das pessoas e também a vida em sociedade.

Justificamos a presente pesquisa, portanto, por seu imperativo impacto social. A disseminação de *fake news*, além de representar uma ameaça à veracidade das informações, tem efeitos prejudiciais profundos na sociedade. A presente pesquisa, ao se debruçar sobre as nuances da construção e disseminação das notícias falsas, visa contribuir significativamente para o desenvolvimento de habilidades críticas essenciais em um mundo saturado de informações.

³ Essa questão será retomada na seção destinada à explicação dos procedimentos metodológicos adotados na pesquisa.

Ainda do ponto de vista social, a importância deste trabalho se manifesta na possibilidade de capacitar os indivíduos a discernir entre informações verídicas e notícias fabricadas. Em um cenário onde a desinformação pode influenciar opiniões públicas, moldar percepções distorcidas e até mesmo gerar consequências tangíveis, a necessidade de fortalecer a pesquisa relacionada à informação é crucial. Ao compreender como as *fake news* são construídas, as pessoas podem desenvolver uma maior resiliência contra manipulações discursivas e, com isso, contribuir para a construção de uma esfera pública mais informada e engajada. Não se pode negar, por exemplo, que uma das principais nuances das *fake news* são as estruturas narrativas, que lidam com a manipulação do outro/destinatário e com efeitos de verdade. Além disso, as *fake news* acontecem a partir de uma construção textual verbal, não verbal ou sincrética. Esse é um dos fortes argumentos que justificam seu estudo por meio da Semiótica Francesa (ou greimasiana), que traz contribuições relevantes para o estudo não apenas do plano de conteúdo, mas também do plano de expressão.

Além disso, a relevância social deste estudo se evidencia na sua contribuição para a educação midiática. Em um contexto onde a internet e as redes sociais desempenham um papel central na disseminação de informações, é fundamental que os indivíduos sejam capacitados para navegar nesse ambiente de maneira crítica. Ao oferecer elementos claros sobre as estratégias discursivas empregadas na criação das *fake news*, esta pesquisa propõe-se a ser uma ferramenta pedagógica, contribuindo para a formação de cidadãos mais esclarecidos e críticos.

No arcabouço do processo de produção e difusão de *fake news* estão fortes grupos econômicos e políticos, que possuem alta rentabilidade com a produção de notícias falsas. Bentes (2019, p. 23) defende que esse fenômeno também deve ser visto por uma perspectiva ou sintoma de empoderamento dos usuários das mídias digitais, por eles se tornarem “fonte de informação”. A identificação das fontes de informação é um ponto fundamental no discernimento do que é ou não uma notícia falsa.

Do ponto de vista sociológico, a pesquisa sobre *fake news* não apenas tenta esclarecer o fenômeno em si, mas também lança luz sobre dinâmicas sociais mais amplas. A compreensão aprofundada de como determinados grupos econômicos e políticos se beneficiam da produção de notícias falsas revela os mecanismos de poder e de influência existentes na sociedade. Ao revelar essas dinâmicas, a pesquisa contribui para uma análise crítica das estruturas sociais e econômicas que permitem a proliferação da desinformação.

A relevância desta dissertação transcende, portanto, os limites acadêmicos, permeando diretamente a esfera social e sociológica. O seu potencial impacto na promoção da qualidade informacional, na educação midiática e na compreensão das dinâmicas sociais contemporâneas atesta a importância intrínseca deste trabalho como um instrumento valioso para o enfrentamento dos desafios impostos pela disseminação de *fake news*.

Em suma, perguntamo-nos: como se constroem as *fake news*? E como produzem seus efeitos de sentido de verdade? É o que buscamos responder, articulando, basicamente, a Semiótica Francesa, os estudos voltados para os gêneros de discurso, a partir de Mikhail Bakhtin e de pesquisadores que com ele “dialogam”, bem como, de forma mais ampla, o discurso das mídias, em autores como Patrick Charaudeau. Percebe-se, portanto, que a presente dissertação possui relevância teórica, mas sobretudo social.

“A instância midiática não pode, evidentemente, inventar as notícias. Ela deve utilizar fontes ou exteriores ao organismo de informações ou internas”, afirma Charaudeau (2006, p. 147). Não é o que acontece com as *fake news*. A Análise do Discurso (tomada em sentido amplo), particularmente a Semiótica francesa, pode lançar forte luz teórica sobre esse fenômeno, não apenas permitindo entender o processo de produção das notícias falsas, mas também fornecendo ferramentas para sua identificação. Com base nos estudos do texto e do discurso, este estudo é ainda relevante ao contribuir com o jornalismo e com a democracia, propondo-se a discutir um tema que se tem mostrado uma forte ameaça mundial tanto a um quanto à outra.

Diante do que foi exposto até aqui, o objetivo geral desta pesquisa é identificar e analisar quais são os principais mecanismos textuais/discursivos de construção das *fake news* e da produção de seus efeitos de sentido de verdade, utilizando, como corpus, notícias falsas divulgadas e verificadas por fontes oficiais que estejam relacionadas à pandemia de Covid-19 e, particularmente, ao contexto de vacinação.

Esse objetivo geral se desdobra em objetivos específicos, quais sejam: a) apreender e classificar os principais processos textuais/discursivos de elaboração e produção das *fake news*, comparando o discurso produzido a partir delas com o discurso midiático e de informação; b) investigar se as *fake news* são, de fato, um gênero digital autônomo por meio do levantamento de suas características (relativamente) estáveis; c) propor caminhos que auxiliem os destinatários a identificar com maior clareza as *fake news*; e d) identificar se, e em que medida, o plano da expressão (verbal e/ou visual) é fundamental para a produção das *fake news*.

Para cumprir esses objetivos, o trabalho se organiza da seguinte forma: no *Capítulo 1 – Contextualização*, iniciamos a análise com a exploração dos conceitos de mentira, pós-verdade e *fake news*. Esse capítulo estabelece uma base conceitual, essencial para a compreensão das dinâmicas envolvidas na disseminação da desinformação. Em seguida, examinamos a relação entre a pandemia de Covid-19 e a propagação da desinformação, destacando as interconexões entre essas duas realidades e seu impacto na sociedade. Além disso, questionamos se as *fake news* podem ser consideradas um gênero específico de discurso, com base em teorias como as de Bakhtin.

No *Capítulo 2 – Fundamentação Teórica e Metodológica*, são apresentados os fundamentos teóricos que embasam a pesquisa. Destaca-se a relevância da Semiótica Francesa e de conceitos correlatos. Também abordamos conceitos relativos à Teoria da Notícia, importante para entendermos a correlação entre o discurso informativo e o discurso das notícias falsas.

O *Capítulo 3 – Análise do Corpus* consiste na análise aprofundada do corpus, explorando estruturas narrativas, modalidades veridictórias, relações dialógicas e outros elementos reveladores da construção e efeitos de sentido das *fake news*.

A *Conclusão* reúne as interpretações dos dados analisados na pesquisa, destacando contribuições teóricas e práticas e proporciona reflexões sobre a importância do estudo para o entendimento e enfrentamento das *fake news*.

1 CAPÍTULO 1 – Contextualização

1.1 Breve contextualização do termo fake

Parece-nos relevante definir a palavra que praticamente dá nome a este trabalho, ou seja, o termo *fake*. O linguista Anatoly Liberman, ligado à Oxford University Press, diante dos inúmeros questionamentos que passou a receber a partir de 2016, elaborou uma tentativa de percurso etimológico da palavra em inglês. O etimologista reconhece, em seu artigo “A fake etymology of the word ‘fake’, with deep thoughts on ‘Fagin’ and other names in Dickens”, que a origem da palavra *fake* é um enigma. O termo, como substantivo e verbo, aparece tardiamente em registros escritos. Ele ignora a acepção náutica inicial de "fake" com o significado de um dos círculos ou enrolamentos de um cabo, restando o "fake" que conhecemos no contexto atual, carregando consigo significados relacionados a enganar, ludibriar e falsificar. Segundo o autor, a primeira aparição da palavra, no sentido de "espúrio" ou "falsificado", remonta a 1775, em documentos canadenses, permanecendo quase obscuro até 1890. Provavelmente, "fake" começou a circular no submundo londrino por volta do século XVIII. Contudo, a origem precisa do termo "fake" permanece incerta. A proposta de origem do alemão ou do holandês foi sugerida, mas etimologistas posteriores evitaram a questão, deixando-a sem resposta definitiva.

De acordo com Liberman (2017), Walter W. Skeat, apesar de sua própria hipótese sobre a origem de "fake", não a incluiu em seu dicionário, talvez refletindo alguma hesitação sobre sua proposta. "Faker", conforme a linguagem cifrada dos ladrões, designava seguidores de qualquer ocupação, lícita ou ilícita. O contato do público com esse termo talvez tenha ocorrido por meio de obras como *Oliver Twist*, na qual um carteirista é chamado de "cly-faker", relacionando-se "cly" a "bolso".

Para o etimologista, a busca pela origem de "fake" é complicada pela vagueza de seu significado e pela existência de termos semelhantes. "Feague", um verbo obsoleto que significava bater, açoitar e também fazer algo, assemelha-se a "fake". A aproximação desses termos dificulta a atribuição precisa da origem. Liberman sugere uma possível associação entre "fake" e o grupo de verbos germânicos com raízes f-k, que abrangem movimento de vai e vem e trapaça. Em sua análise, "fake" pode ser parte da família f-k, compartilhando significados desde "ir em frente; movimentar-se" até "enganar; roubar, etc." A pronúncia em Cockney, onde "fake" se assemelha a "fike", pode ter influenciado sua adoção pelos falantes, que compreendiam o termo na implementação do

deslocamento vocálico característico desse dialeto. Concluindo seu artigo, Liberman afirma que a etimologia de "fake" permanece envolta em mistério, possivelmente enraizada em expressões criminosas internacionais. Sua jornada, desde o submundo londrino até sua incorporação na linguagem culta, destaca a peculiaridade e a versatilidade de palavras que emergem do obscuro para o *mainstream*.

1.2 Mentira, pós-verdade e *fake news*

Um antigo ditado jornalístico, que informalmente circula nas redações de veículos de comunicação, diz que a primeira vítima de uma guerra é a verdade. Em definição, o primeiro antônimo mais plausível de verdade é a mentira, fenômeno que existe desde o início da civilização. Não se define um sem o outro. Mas há que se distinguir mentira de outros fenômenos que podem ser confundidos com ela, como a ficção, o erro e o segredo, por exemplo.

Anolli (2004, p. 12) afirma que “a ficção é, pois, o resultado da capacidade de ‘inventar’ do ser humano e, enquanto tal, é uma atividade marcada pela fantasia e pela imaginação”. A ficção pode, facilmente, abarcar gêneros relacionados à sátira, à paródia, à arte e à literatura. Em linhas gerais, gêneros ligados à ficção não possuem o valor de verdade como necessariamente importante. Ao contrário da mentira, em que o valor de verdade é intrínseco.

O filósofo também distingue a mentira do erro. Ambos se relacionam com a falsidade, contudo, mentir por ignorar a verdade, de acordo com ele, é um erro. Independentemente do nível do erro, seria uma mentira não intencional, não podendo nem ser chamada dessa forma. “Quem mente sem saber não diz uma mentira e seu discurso não é mentiroso” (Anolli, p. 13). No caso da mentira em si, o interlocutor sabe da verdade e tem a intenção de mentir.

Uma última distinção da mentira é em relação ao segredo: ambos pretendem ocultar informações. O segredo pode estar relacionado a determinados seguimentos da vida privada, mas também social, como um segredo de Estado, e está mais relacionado à omissão de informação. Para Anolli (2004, p.15), “o segredo é resultado de um processo de negociação entre o direito de calar de fulano e o direito de saber de beltrano”. Voltaremos a discutir acerca dessa questão em perspectiva semiótica quando tratarmos das modalidades veridictórias.

O que seria, então, essencialmente uma mentira? O autor define a mentira a partir de três bases: (a) falsidade do conteúdo que está sendo comunicado de modo linguístico ou extralinguístico; (b) consciência dessa falsidade; e (c) intenção de enganar o destinatário. A mentira, portanto, é um ato comunicativo totalmente consciente. E o destinatário, como lembra Anolli pode revestir-se de “vítima” quando acredita na mentira ou de “desmascarador”, quando a descobre. Aqui, um ponto fulcral quando se trata das *fake news*. É o que veremos mais adiante em suas formas de desmascaramento.

E os animais irracionais? Será que eles mentem? Percebem-se em muitos animais as capacidades de se transformarem ou de se camuflarem com o objetivo de se protegerem ou de estarem prontos para a caça. Trata-se de uma questão de sobrevivência. Contudo, para Anolli (2004, p.41), “as estratégias de camuflagem e do mimetismo não podem ser definidas exatamente como mentiras. Tratam-se de condutas inatas, reguladas por mecanismos instintivos geneticamente codificados”. O *Homo sapiens* é a única espécie que pode falar e, com isso, é o único animal que pode “mentir em voz alta” (Keyes, 2018, p. 27). Do ponto de vista estritamente evolutivo, o mimetismo e a camuflagem estão para os animais, assim como a mentira está para os seres humanos. Mas, se inicialmente, a “mentira” era usada para enganar presas e caçar, no decorrer da história e com o avanço da capacidade humana em falar, o *Homo sapiens* descobriu a capacidade de mentir para outros de sua espécie. Ao longo da história, as mentiras passaram a ter forte poder de persuasão em um processo comunicativo. Mas, para isso, precisam estar revestidas de elementos que gerem credibilidade, que sejam factíveis, críveis.

O objetivo dessa contextualização não é o de traçar uma história da “mentira” ou criar uma linha do tempo de como o homem “aprendeu” a mentir, mas definir o termo e o diferenciá-lo minimamente de outras palavras ou expressões. A partir do momento em que o fizemos, outro conceito muito relevante para chegarmos às *fake news* emergiu: o de pós-verdade ou de pós-veracidade. Esse termo foi usado pela primeira vez há mais de três décadas pelo escritor sérvio-norte-americano Steve Tesich, em um artigo na revista *The Nation*. Segundo o autor, os norte-americanos estavam tão chocados com os escândalos recentes da época, como o caso Watergate, por exemplo, que começaram a dar as costas para a verdade.

Nós, por nossas ações, estamos dizendo que isso não é mais necessário, que adquirimos um mecanismo espiritual que pode despojar a verdade de qualquer significado. De uma maneira muito fundamental, nós, como um povo livre,

decidimos livremente que queremos viver em um mundo pós-verdade. (Tesich, 1992, p. 13)⁴

Contudo, o auge desse termo se deu em 2016. Como já destacamos, a empresa britânica Cambridge Analytica criou notícias falsas e maliciosas, ajudando conservadores a vencerem o Brexit e Donald Trump a ganhar a presidência dos EUA. Na verdade, esses fatos não foram os criadores da pós-verdade, mesmo porque o termo já havia sido utilizado anteriormente, mas já eram fortes sintomas. Tanto que o dicionário britânico Oxford, conhecido mundialmente por ser uma das principais referências em catalogar novas palavras e expressões, escolheu pós-verdade como a palavra do ano de 2016. E a definiu: “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal” (LANGUAGES, 2016). O que ficava mais transparente é que os eleitores estavam mais propensos a tomarem decisões baseadas muito mais em sentimentos e crenças do que em fatos.

O mesmo fenômeno da disseminação das notícias falsas ocorreu no Brasil, nas eleições de 2018. E, em 2020, foi transportado, em uma escala ainda maior, para as questões relacionadas à pandemia de Covid-19. Um dos efeitos da pós-verdade é que uma pessoa, movida por uma forte crença ou ideologia, seleciona fatos que corroboram seu posicionamento ao invés de, a partir dos fatos, opinar acerca de algo. As *fake news*, nesse sentido, são um produto da pós-verdade. Durante o período eleitoral de 2016 nos Estados Unidos, em que Donald Trump e Hillary Clinton lideravam as pesquisas de intenção de voto, ela aparecia com vantagem. Mas ele venceu a eleição. À época, Trump passou a utilizar a expressão “*fake news*” para deliberadamente atacar jornalistas e a atuação da mídia, que mostravam pesquisas com Hillary à frente.

O termo se popularizou não só por lá, mas em todo o mundo. Contudo, isso não quer dizer que notícias falsas não existiam antes. O que mudou foi o suporte: a tecnologia permitiu que elas pudessem ser disseminadas de forma rápida, eficiente, em terreno fértil e a baixo custo: a internet, sobretudo nas redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, como Whatsapp e Telegram. Os pontos citados a partir de 2016 revelam o que foi crucial para o rápido avanço e disseminação das *fake news*. A tecnologia permitiu que elas ganhassem rapidez e escala: velocidade viral e escala global. Não foi coincidência que, em 2017, a palavra do ano eleita pelo dicionário em inglês da editora

⁴ We, by our actions, are saying that this is no longer necessary, that we have acquired a spiritual mechanism that can denude truth of any significance. In a very fundamental way we, as a free people, have freely decided that we want to live in some post-truth world. (Tesich, 1992, p. 13)

britânica Collins foi *fake news*. Ao menos no Ocidente, plataformas como Google, Meta, X, TikTok e outras possuem alcance global instantâneo. Essa foi a grande diferença provocada pela tecnologia. E com o avanço da tecnologia a preocupação aumenta, não diminui. As *fake news* já entraram em nova fase: a deep fake, agora produzida com auxílio da inteligência artificial.

Antes privilégio apenas de grandes estúdios de cinema, softwares de inteligência artificial cada vez mais fáceis e disponíveis na web facilitam a manipulação de imagens, áudios, vozes e vídeos. Sintetizados e masterizados digitalmente próximos da perfeição, rostos, vozes e vídeos de uma pessoa podem ser aplicados a outras em situações que as comprometem. A divulgação de imagens e textos que discutimos neste trabalho são apenas uma fase do que está por vir.

Segundo os pesquisadores Bobby Chesney e Danielle Citron da Universidade de Boston, os pornógrafos foram os primeiros a adotar a tecnologia, interpondo rostos de celebridades em vídeos de sexo. Isso deu origem ao rótulo deep fake para essas personificações digitalizadas. A partir de então, esse rótulo é utilizado de forma mais ampla, como uma abreviatura para toda a gama de falsificações digitais hiper-realistas de imagens, vídeos e áudios. Como os próprios autores sugerem, as deep *fake news* são um desafio iminente para a privacidade, para a democracia e para a segurança nacional.

Como esses cenários sugerem, as ameaças apresentadas pelos deep fakes têm dimensões sistêmicas. Os danos podem se estender, entre outras coisas, à distorção do discurso democrático sobre questões políticas importantes; manipulação de eleições; erosão da confiança em instituições públicas e privadas significativas; ampliação e exploração de divisões sociais; prejuízo a operações ou capacidades militares ou de inteligência específicas; ameaças à economia; e danos às relações internacionais. (Citron, 2019, p. 1777)⁵

Em 2017, o historiador Robert Darnton publicou um artigo no *The New York Review* em que mostra as raízes das mentiras de caráter político e a “desordem da informação”. E em 2018, o International Center for Journalists publicou um guia traçando a linha histórica das “*fake news*” e da desinformação. Essa linha, segundo o guia, começa no ano de 44 A.C, quando Otávio, que viria a ser o imperador romano Augusto, promoveu uma campanha de difamação contra Marco Antônio, acusando o amante da rainha egípcia

⁵ As these scenarios suggest, the threats posed by deep fakes have systemic dimensions. The damage may extend to, among other things, distortion of democratic discourse on important policy questions; manipulation of elections; erosion of trust in significant public and private institutions; enhancement and exploitation of social divisions; harm to specific military or intelligence operations or capabilities; threats to the economy; and damage to international relations. (Citron, 2019, p. 1777)

Cleópatra de ser um bêbado e mulherengo. Ele fez isso por meio de inscrições. Ao longo da história, boatos, mentiras e histórias falsas sempre foram contadas. Mas há um marco importante do ponto de vista das notícias: a invenção dos tipos móveis de Johannes Gutenberg, que deu início à Revolução da Imprensa. Gutenberg foi o segundo no mundo a usar a impressão por tipos móveis. O chinês Bi Sheng é considerado o inventor global da prensa móvel, em 1040, mas tudo mudou, realmente, com Gutenberg: o processo gráfico foi aperfeiçoado pelo inventor. O termo imprensa deriva da prensa móvel. De acordo com a linha do tempo criada por *A short guide to the history of “fake news” and disinformation*, “os fatos inventados decolaram ao mesmo tempo que as notícias começaram a circular amplamente na Europa, possibilitadas pela imprensa escrita” (Possetti, 2018, p. 2).

Na linha do tempo pesquisada e desenvolvida pelo International Center for Journalists, chama a atenção justamente o que ocorre a partir do ano de 2016, quando diversos fatos marcaram a história das *fake news* e fizeram com que o termo realmente ganhasse o mundo. A seguir, o que consideramos os principais pontos, em tradução nossa:

2016 – Pesquisas

Estados Unidos: Nos dias imediatamente anteriores e posteriores às eleições nos EUA, “as pessoas compartilharam quase tantas 'notícias falsas' como notícias reais no Twitter”. Uma história de “notícias falsas” que circulava descrevia um suposto círculo de abuso infantil sediado em um restaurante de pizza chamado Comet Ping Pong, alegadamente dirigido por Hillary Clinton. Essa notícia levou um homem a “investigar por conta própria” o círculo e ele acabou disparando um rifle dentro do restaurante. Além disso, o Facebook diz que uma operação, provavelmente baseada na Rússia, gastou milhares de dólares de anúncios dos EUA na rede social durante um período de dois anos, que incluiu a eleição. Uma investigação do *New York Times* e uma pesquisa da empresa de segurança cibernética FireEye disseram que os operadores russos criaram perfis no Facebook e no Twitter de “falsos americanos” e usaram o Twitter bots para postar mensagens “anti-Clinton”.

Brexit: Uma análise em larga escala das redes sociais antes do Brexit mostrou que “não só havia o dobro dos apoiantes do Brexit no Instagram, como também eram cinco vezes mais ativos do que os ativistas do Remain.” Padrões semelhantes surgiram no Twitter. Foi relatado que contas estrangeiras enviaram “centenas de milhares de tweets pró-licença no dia da votação”.

2016-2017 – ‘Notícias falsas’ com fins lucrativos

À medida que se aproximavam as eleições nos EUA em 2016, reportagens dos meios de comunicação internacionais revelaram uma rentável exploração de trolls gerida por adolescentes na pequena cidade de Veles, na Antiga República Iugoslava da Macedônia. Descobriu-se que mais de 100 websites pró-Trump que divulgavam notícias fabricadas estavam registrados em Veles, com um operador que ganhou 16.000 dólares nos últimos três meses da campanha. O conteúdo incluía histórias virais falsas sobre o apoio do Papa ao candidato Donald Trump e a “acusação iminente” da candidata democrata à presidência, Hillary Clinton. Os operadores dos sites de notícias falsas lucraram significativamente com mecanismos de publicidade automatizados (por

exemplo, Google AdSense) que rastreiam o seu conteúdo sensacionalmente falso. Nas últimas semanas da campanha eleitoral, o Presidente Obama falou longamente sobre a “corrida do ouro digital” vivida pelas notícias falsas de Veles.

2016 – Facebook anuncia que sinalizará ‘notícias falsas’

Depois de o Facebook ter sido acusado de facilitar a propagação de desinformação, o CEO Mark Zuckerberg inicialmente rejeitou a ideia de que as “notícias falsas” compartilhadas no site afetaram as eleições nos EUA. Mas a empresa anunciou mais tarde que iria colaborar com verificadores de fatos para combater as “notícias falsas”, bem como tornar mais fácil denunciar boatos e sinalizar histórias contestadas. Em janeiro de 2018, o Facebook desistiu de incluir notícias em seu 'feed de notícias' depois que experimentos sugeriram que seus ajustes corriam o risco de amplificar 'notícias falsas'.

2016 – O presidente eleito dos EUA, Donald Trump, utiliza a expressão “notícias falsas”.

O presidente dos EUA acusa os seus críticos nos meios jornalísticos (começando pela CNN) de divulgarem “notícias falsas”. Sua utilização do termo como arma começou a espalhar-se globalmente, com outros líderes mundiais também utilizando a expressão contra jornalistas e organizações noticiosas.

2018 – Escândalo Cambridge Analytica

Em março de 2018, um denunciante revelou ao *The Observer*, *The New York Times* e Channel 4 News que um enorme conjunto de dados extraído de milhões de usuários do Facebook havia sido explorado por um acadêmico de psicologia da Universidade de Cambridge (trabalhando de forma privada) e uma rede de empresas que operavam sob a égide da 'Cambridge Analytica' – uma empresa especializada em perfis psicológicos e mensagens políticas microdirecionadas. A empresa utilizou os dados para atingir grupos específicos de eleitores antes das eleições presidenciais de 2016 nos EUA. De acordo com reportagens secretas da Chanel 4, os executivos da empresa se gabavam de usar os dados obtidos para atingir públicos com propaganda e desinformação. Steve Bannon foi vice-presidente da empresa até sair para dirigir a campanha eleitoral de Donald Trump em 2016. Repórteres disfarçados capturaram falas de executivos da Cambridge Analytica gabando-se de que a empresa e seus parceiros haviam trabalhado em mais de 200 eleições internacionais, incluindo na Argentina, Nigéria, Quênia, Índia e República Tcheca. O denunciante da Cambridge Analytica, Christopher Wylie, também afirmou que a empresa “trapaceou” na votação do Brexit de 2017. A empresa fechou na sequência das revelações. (Posetti, 2018, p. 7)

Reportagens divulgadas em 2020 revelaram que a Cambridge Analytica tentou fechar contratos com políticos brasileiros para as eleições de 2018, mas não teria tido sucesso. No Brasil, a disseminação do termo foi acompanhada pela escalada das próprias notícias falsas nesse período eleitoral. Muitos brasileiros ouviram o termo *fake news* pela primeira vez nessa época. Uma diferença é que em terras brasileiras, o suporte principal foi o aplicativo de mensagens Whatsapp, não o Facebook, diferença de suporte que impactou, principalmente, na dificuldade de fiscalização e de impedimento da disseminação.

Dois cenários, um específico e outro mais amplo, foram estopins para que o Supremo Tribunal Federal instaurasse um inquérito para investigar *fake news* no país. O primeiro diz respeito a um artigo publicado pelo procurador da República Diogo Castor de Mattos, integrante da Operação Lava Jato, no site *O Antagonista*, em que fez ataques ao Judiciário. Paralelamente a isso, já circulavam notícias falsas direcionadas a criar uma imagem de descrédito do Supremo Tribunal Federal – esse é o segundo cenário – e, para investigar os motivos pelos quais isso estava sendo feito, em 14 de março de 2019, com relatoria do Ministro Alexandre de Moraes, foi instaurado o Inquérito 4.781, que tem como objetivo investigar:

[...] notícias fraudulentas (*fake news*), falsas comunicações de crimes, denúncias caluniosas, ameaças e demais infrações revestidas de animus caluniandi, diffamandi ou injuriandi, que atingem a honorabilidade e a segurança do Supremo Tribunal Federal, de seus membros; bem como de seus familiares, quando houver relação com a dignidade dos Ministros, inclusive o vazamento de informações e documentos sigilosos, com o intuito de atribuir e/ou insinuar a prática de atos ilícitos por membros da Suprema Corte, por parte daqueles que têm o dever legal de preservar o sigilo; e a verificação da existência de esquemas de financiamento e divulgação em massa nas redes sociais, com o intuito de lesar ou expor a perigo de lesão a independência do Poder Judiciário e ao Estado de Direito. (MORAES, 2019 p. 1)

O inquérito foi aberto sob sigilo e cinco anos depois continua a tramitar dessa forma. A investigação já ultrapassou as fronteiras iniciais das investigações das *fake news* contra o STF, chegando aos atos golpistas de janeiro de 2023. Mais de 100 perfis nas redes sociais já foram bloqueados. Na seção 1.4, trataremos mais profundamente a respeito da investigação.

Após essa breve contextualização, justo é tentarmos buscar uma definição para “*fake news*”, termo que tem sido foco de estudo por vários especialistas em várias áreas do conhecimento. Desmembrando a expressão, *fake*, segundo o *Cambridge Dictionary* pode significar, enquanto adjetivo e em tradução nossa, o que “não é real, mas feito para parece real”, o que “mostra ou finge sentir emoções que não são sinceras”. E *news* são notícias, “informações ou relatórios sobre eventos recentes”. O jornalista Eugênio Bucci aponta uma interessante contradição na expressão. *Fake* altera a característica do substantivo *news*, já que o que se espera é que as notícias carreguem consigo um grau máximo de veracidade. Mas, pela utilização constante, principalmente por governos, políticos e pelos *mass media*, o termo se popularizou. São dezenas de definições disponíveis para a palavra “notícias” exploradas por escritores, pensadores, jornalistas e teóricos. Mas um certo caráter de veracidade talvez seja uma das bases mais importantes

do conceito de “notícia”. O *Cambridge Dictionary* (2024, online) chega à seguinte definição com tradução nossa: “[...] histórias falsas que parecem ser notícias, divulgadas na internet ou através de outros meios de comunicação, geralmente criadas para influenciar opiniões políticas ou como uma piada.

Em um processo enunciativo, pode-se observar as *fake news* sob vários pontos de vista. Mas, do ponto de vista do enunciatário, o enunciado não é uma notícia falsa até ser desmascarado. Antes disso, o enunciado toma outra forma, isto é, parece ser outro gênero. Já do ponto de vista do produtor, do enunciador, é uma *fake news*, pois foi concebida com o objetivo de enganar. Portanto, partimos da definição de *fake news* como um sistema que, do ponto de vista do enunciador, e tomando por base a definição de mentira de Anolli, apresenta os seguintes aspectos: (a) há falsidade no conteúdo que está sendo comunicado de modo linguístico ou extralinguístico; (b) quer parecer ser algo que carregue consigo elementos de valor de verdade para dar consistência à falsidade; e (c) possui a intenção de enganar o enunciatário. Já do ponto de vista do enunciatário, há que se incluir aos três pontos anteriores, um outro: o desmascaramento. Antes de ser desmascarado, esse enunciado é qualquer outro discurso, menos uma *fake news*. Portanto, a definição de *fake news*, do nosso ponto de vista, também tem relação com quem toma o discurso. Se o enunciatário possui conhecimentos necessários, irá identificá-la com facilidade. Caso contrário, tomará o enunciado como verdade.

1.3 Uma pandemia, duas guerras: contra a Covid-19 e contra a desinformação

Depois do terreno fértil das eleições de 2018 no Brasil para disseminação de *fake news*, o ano de 2020 foi ainda mais fecundo com a chegada da pandemia de Covid-19, um dos mais importantes acontecimentos do século XXI até o momento. A polarização política entre ideologias de direita e de esquerda que estavam efervescentes desde o período pré-eleitoral afetou o comportamento dos brasileiros sobre a doença. Foi o que revelou a pesquisa “A comunicação no enfrentamento à Covid-19”, conduzida pelo Centro de Pesquisas em Comunicação Política e Saúde Pública da Universidade de Brasília, em parceria com várias outras universidades brasileiras e uma canadense. Foram 2771 brasileiros entrevistados em uma amostra que buscou representar a população por meio de cotas de gênero, idade, região geográfica e classe social. Esse foi o cenário ideal para a disseminação de dezenas de notícias falsas sobre a Covid-19 e sobre a vacinação.

Em 11 de março de 2020, como já foi dito, a Covid-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia, o que se refere à distribuição geográfica da doença e não à sua gravidade, ou seja, a doença começou a ser identificada em vários países e regiões de todo o mundo. No Brasil, os primeiros registros de casos suspeitos de Covid-19 foram notificados entre 18 e 27 de janeiro. Já o primeiro caso da doença foi confirmado pelo Ministério da Saúde em 26 de fevereiro de 2020, na cidade de São Paulo (SP). Um homem de 61 anos deu entrada no Hospital Israelita Albert Einstein com histórico de viagem para a Itália, região da Lombardia. Até setembro de 2023, quase 38 milhões de pessoas haviam sido infectadas e 705.775 mortes haviam sido confirmadas.

As autoridades de saúde de todo o mundo precisaram travar duas guerras no período da pandemia: uma, óbvia, focada na doença, que se alastrava com velocidade em todo o globo, matando centenas de milhares de pessoas. Outra, focada na propagação desenfreada de desinformação, que se alastrou talvez mais rapidamente que a própria doença em diversos países. Uma infodemia: um grande fluxo de informações sobre Covid-19 foi espalhado pela internet de forma acelerada, incluindo informações verdadeiras e falsas. Mas como filtrar ou identificar o que é verdadeiro do que é falso?

Uma pesquisa da Organização Avaaz mostrou que 9 em cada 10 brasileiros entrevistados leram ou ouviram ao menos uma informação falsa sobre a Covid-19 e que 7 em cada 10 acreditaram em ao menos uma desinformação veiculada. Em um artigo intitulado “Análise de *fake news* veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil”, pesquisadores da Universidade do Rio de Janeiro mostraram os resultados de um levantamento que fizeram sobre a circulação de notícias falsas relativas à Covid-19 no período de janeiro a junho de 2020. Foram identificadas e analisadas 329 *fake news*. Os dados destacam a urgência de abordar não apenas a disseminação, mas também a receptividade do público a essas histórias. Esse fenômeno não só impacta a eficácia das medidas de saúde pública, mas também cria um ambiente propício para a desconfiança nas instituições e para o surgimento de movimentos antivacina.

A pandemia se tornou um terreno fértil para o florescimento da desinformação, desafiando as estratégias tradicionais de comunicação de riscos em saúde pública. No entanto, as consequências vão além do âmbito sanitário. Decisões pessoais, como a recusa à vacinação baseada em informações falsas, têm um impacto direto na dinâmica social, ameaçando não apenas a saúde individual, mas também a coletiva. Compreender as motivações por trás da propagação e aceitação dessas histórias torna-se fundamental para desenvolver estratégias mais eficazes de comunicação, educação e enfrentamento da

desinformação em cenários de crise. O desafio persistente é encontrar um equilíbrio entre a proteção da liberdade de expressão e a salvaguarda da saúde pública, garantindo que a informação correta e baseada em evidências seja acessível a todos. Nesse sentido, a batalha contra a desinformação é intrínseca à preservação da saúde e da coesão social, evidenciando a complexidade e a interconexão dos desafios enfrentados pela sociedade, principalmente brasileira, que tem se mostrado terreno fértil para disseminação de notícias falsas.

Em outras palavras: discutir notícias falsas não é importante apenas do seu ponto de vista teórico-conceitual. Em escala, essa é a menor das preocupações. Discutir teoricamente precisa ter o claro objetivo de algo maior, de eliminar ou, sem tanta pretensão, diminuir consideravelmente, a disseminação desse tipo de discurso. A grande questão é que notícias falsas impactam não só a vida privada das pessoas, mas também a vida em sociedade, como já foi afirmado. O caso clássico do jornalismo é a “Escola Base”, que mudou radicalmente a vida do casal Icushiro Shimada e Maria Aparecida Shimada e da professora Paula Milhim Alvarenga e do esposo dela, o motorista Maurício Monteiro de Alvarenga. Por conta da veiculação de falsas notícias de abuso sexual, os envolvidos tiveram suas reputações destruídas para sempre, apesar de serem inocentados judicialmente. A desinformação no caso da Covid-19 causou impacto em toda a sociedade, com pessoas não se cuidando, não se vacinando e utilizando-se de alternativas não validadas pela ciência para cuidar da doença. Trata-se de decisões pessoais alimentadas por desinformação que impactaram a vida em sociedade.

1.4 O Inquérito das Fake News

O cenário brasileiro tem sido marcado por intensos debates em torno das *fake news*, destacando a relevância do Inquérito das Fake News instaurado pelo Supremo Tribunal Federal (STF) em 2019. O inquérito, concebido para investigar a disseminação de notícias falsas, ameaças e difamações contra membros da Corte e outras autoridades, transcende seu papel meramente jurídico. Não se limita a responsabilizar os envolvidos na propagação de informações falsas, mas responde à urgência de preservar a integridade das instituições democráticas diante do aumento crescente de desinformação.

Desde sua abertura em abril de 2020, sob a condução do ministro Alexandre de Moraes, o Inquérito das Fake News emergiu como resposta à necessidade premente de investigar ataques e a disseminação de notícias falsas com o intuito de descredibilizar

instituições, especialmente o STF. Sua natureza sigilosa, embora crucial para proteger investigações sensíveis em um ambiente digital complexo, desencadeou debates acalorados sobre transparência, limites éticos e legais.

O inquérito revelou redes de desinformação e atores que operavam à margem da legalidade, impactando setores diversos da sociedade brasileira. As decisões tomadas ao longo do processo não apenas moldaram o curso das investigações, mas também influenciaram as discussões públicas sobre liberdade de expressão, autoridade judicial e responsabilidade na era digital.

A abertura do inquérito desencadeou impactos profundos. Ao se exporem as conexões entre disseminadores de *fake news* e figuras políticas proeminentes, revelou-se a extensão da desinformação, intensificando a polarização política. Defensores do inquérito enfatizam sua importância no combate à desinformação como ameaça à estabilidade democrática, enquanto críticos expressam preocupações sobre possíveis abusos e destacam o equilíbrio necessário para preservar a liberdade de expressão e a imparcialidade do judiciário.

O caráter sigiloso do inquérito suscitou desafios éticos e jurídicos, evidenciando a dualidade entre a proteção da sociedade contra potenciais ameaças e a preservação dos direitos individuais. O dilema ético central reside na ponderação entre a necessidade de investigar ameaças sérias e a garantia dos princípios democráticos, considerando a complexidade da relação entre transparência e proteção da integridade do processo investigativo.

Ao adentrar a esfera política brasileira, o inquérito também levantou questionamentos sobre a eficácia das estruturas regulatórias existentes e das medidas de proteção democrática. A discussão sobre a responsabilidade das plataformas digitais na contenção da desinformação destaca a interconexão entre liberdade de expressão, regulação digital e preservação da integridade democrática.

Dessa forma, o Inquérito das Fake News permeia não apenas a esfera jurídica, mas também aspectos políticos e sociais do País. Suas ramificações políticas, dilemas éticos e reflexos nas instituições democráticas ilustram a complexidade desse fenômeno, exigindo abordagens ponderadas para enfrentar os desafios. A previsão é que o inquérito possa ser julgado no início de 2024, posteriormente, portanto, à defesa desta dissertação.

Os desdobramentos mais recentes do Inquérito das Fake News, envolvendo a autorização do ministro do STF Alexandre de Moraes para o compartilhamento do relatório final elaborado na Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI), adicionam

uma nova camada de complexidade ao processo. A decisão do ministro, ocorrida em outubro de 2023, abriu espaço para uma conexão mais ampla entre os resultados da CPMI e os desdobramentos do Inquérito das Fake News.

No despacho, Moraes ressaltou que o relatório final da CPMI referente aos ataques de 8 de janeiro de 2023 em Brasília aponta para práticas reiteradas atentatórias à democracia adotadas pelas milícias digitais. Além disso, destacou o aparelhamento da Polícia Rodoviária Federal (PRF) e o desvirtuamento do órgão central de inteligência como instrumentos graves de ataques ao sistema eleitoral e às instituições, especialmente o Supremo Tribunal Federal (STF) e o Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A inclusão dessas informações nos inquéritos das *fake news* e das milícias digitais, bem como nas investigações sobre a Agência Brasileira de Inteligência (Abin), amplia o escopo da análise sobre potenciais ameaças à democracia.

O relatório da CPMI abordou uma série de eventos, desde tentativas de obstrução das eleições até invasões criminosas às sedes dos Três Poderes da República no dia 8 de janeiro de 2023. Os bloqueios de rodovias, acampamentos golpistas, a presença de grupos paramilitares e o episódio de vandalismo em 12 de dezembro foram investigados. A sequência de eventos analisados pela CPMI estende-se até a tentativa de explosão de uma bomba sob um caminhão carregado com querosene de aviação perto do Aeroporto de Brasília em 24 de dezembro de 2022. O objetivo era explodir o artefato dentro da área de embarque do terminal, o terceiro mais movimentado do país.

Essa integração de informações da CPMI com o Inquérito das Fake News e das milícias digitais revela uma conexão mais profunda entre diferentes aspectos da desinformação e das ações orquestradas com potencial impacto no cenário democrático. Ao considerar os eventos mais recentes, o Inquérito das Fake News não apenas se mantém como um divisor de águas, mas também demonstra a capacidade de adaptação da Justiça frente às novas ameaças percebidas à democracia brasileira.

Contudo, é importante destacar que essa decisão do ministro Alexandre de Moraes não ocorre sem controvérsias. Alguns críticos apontam para a falta de transparência e questionam a inclusão de informações da CPMI em um inquérito que, inicialmente, focava na disseminação de *fake news*. O equilíbrio entre a investigação eficaz e a proteção dos princípios democráticos permanece como um desafio central para vários jornalistas, políticos, autoridades jurídicas e cidadãos que acompanham o desenrolar do inquérito.

Assim, os recentes acontecimentos reforçam a centralidade do Inquérito das Fake News como um elemento dinâmico e que requer atenção por ser o ápice das discussões

sobre *fake news* nos últimos anos no Brasil. As implicações dessas novas informações não apenas ampliam o escopo das investigações, mas também suscitam questionamentos cruciais sobre a eficácia das estratégias regulatórias existentes e a necessidade de adaptação contínua para enfrentar ameaças emergentes à integridade democrática do país.

Em todo esse contexto, esta dissertação sobre o tema torna-se ainda mais importante, embora não tenha a pretensão de esgotar o tema. Mas a análise crítica desses eventos recentes não apenas enriquece o debate público, mas também contribui para a reflexão sobre a construção de estratégias robustas para proteger a democracia e a verdade em meio ao cenário complexo da era digital.

1.5 Economia da Atenção e *fake news*: se o produto é de graça, você é o produto

Na conferência *Designing Organizations for an information-rich world*, de 1971, Herbert A. Simon, renomado cientista político, economista e psicólogo, introduziu um conceito revolucionário que viria a moldar o cenário contemporâneo da era digital: a Economia da Atenção. Simon, laureado com o Prêmio Nobel de Economia em 1978, transcendeu as fronteiras disciplinares, deixando uma marca importante em áreas que vão desde a ciência cognitiva até a teoria da administração.

A fundamentação da Economia da Atenção defende que, em uma sociedade rica em informação, a atenção emerge como um recurso escasso e, paradoxalmente, um dos mais consumidos. "Uma era rica em informação provoca a escassez do que ela consome. E o que ela consome é óbvio, é a atenção de seus receptores" (Simon, 1971, p. 40). Em um ambiente saturado de estímulos informativos, a capacidade de captar e reter a atenção do público torna-se uma vantagem estratégica.

Simon, notável por suas contribuições para a teoria da tomada de decisões e pela concepção do conceito de "*bounded rationality*," antecipou, em 1971, os desafios que a sociedade enfrentaria em meio à explosão de informações. Sua visão precursora delineou um cenário no qual a abundância de dados não se traduz automaticamente em compreensão ou sabedoria. Pelo contrário, a riqueza de informações gera uma economia própria, em que a atenção se torna um recurso finito diante da profusão de conteúdo.

Ao enfatizar a escassez da atenção em um contexto de abundância informativa, Simon delineou um terreno conceitual para compreendermos os fenômenos da economia digital. A era da informação, com suas múltiplas plataformas e fontes, transformou a atenção em uma moeda valiosa, cobiçada por empresas, mídia e demais agentes que

buscam influenciar e engajar o público. A Economia da Atenção, assim, transcende seu contexto inicial, tornando-se um arcabouço essencial para decifrar as dinâmicas complexas que regem a interação entre sociedade, tecnologia e informação na era digital.

Nesse cenário de constante bombardeio de informações, o conceito desempenha um papel de relevância na compreensão dos padrões comportamentais. À medida que somos inundados por um volume massivo de dados, a atenção torna-se um recurso ainda mais disputado. A seleção do que merece nossa atenção torna-se, muitas vezes, uma escolha influenciada por fatores que vão além da mera relevância ou veracidade.

O compartilhamento de informações, nesse contexto, frequentemente reflete não apenas a qualidade do conteúdo, mas também a afinidade com as crenças preexistentes do receptor. A tendência humana de se voltar para informações que confirmam suas convicções, conhecida como viés de confirmação, encontra na Economia da Atenção um terreno propício para se manifestar. Afinal, em um ambiente saturado de estímulos, a atenção é direcionada para mensagens que ressoam nossas visões de mundo, criando bolhas informativas que reforçam nossas perspectivas.

Esse fenômeno ganha ainda mais complexidade quando consideramos o papel dos algoritmos nas plataformas digitais. Projetados para otimizar a experiência do usuário, eles analisam padrões de comportamento, preferências e interações anteriores. No entanto, essa otimização tem um lado obscuro: a criação do que é chamado de câmaras de eco algorítmicas. Ao mostrar conteúdos alinhados com aquilo que já gostamos, o algoritmo contribui para a formação das ditas bolhas de informação, reforçando nossas opiniões e limitando a diversidade de perspectivas.

Assim, as câmaras de eco funcionam sistematicamente para formar padrões ideológicos disfuncionais que impedem os integrantes da câmara de eco de se envolverem em buscas informativas além da sua comunidade intelectual. Além de impedir o acesso à informação, os mecanismos envolvidos na formação das câmaras de eco desacreditam ativamente informações externas à câmara. Como consequência, há um desequilíbrio epistêmico que poderia implicar apenas em omissão de pontos de vista contrários, mas que, devido à formação da câmara de eco, implica em uma desconfiança preventiva ideológica dando origem ao aprisionamento dos indivíduos em câmaras de eco. (Oliveira, 2022, p. 2)

A combinação entre a propensão humana para buscar informações que confirmam suas crenças e a atuação dos algoritmos na seleção personalizada de conteúdo cria um ciclo autoalimentado. O usuário é exposto a uma dieta informativa que valida suas convicções, enquanto informações conflitantes são relegadas ao segundo plano. Esse

fenômeno não apenas influencia o que compartilhamos, mas também molda nossa percepção da realidade, contribuindo para a propagação das *fake news*.

Nesse contexto, a Economia da Atenção emerge como um conceito essencial para compreender não apenas como consumimos informações, mas também como moldamos e somos moldados por elas. O desafio vai além da simples gestão de informações, pois envolve a reflexão crítica sobre como navegamos por um oceano de dados, reconhecendo as complexas interações entre atores humanos, algoritmos e a dinâmica informacional que caracteriza nossa era digital.

Por trás da aparente gratuidade das redes sociais, há uma economia que fundamenta seu modelo de negócios. A máxima "se o produto é de graça, você é o produto" ilustra a relação fundamental entre usuários e plataformas digitais. O funcionamento dessas redes não apenas oferece um espaço para a troca de informações, mas também atua como um cuidadoso observador que registra cada interação, clique e comportamento online. Essa coleta massiva de dados não é um mero subproduto do uso da plataforma; é a essência da Economia da Atenção em ação.

As redes sociais, ao coletarem uma quantidade impressionante de informações sobre seus usuários, visam criar perfis detalhados que capturam nuances comportamentais, preferências e até mesmo inclinações políticas. Esse perfil ideal não é construído para o benefício do usuário, mas sim como uma moeda de troca valiosa no mercado publicitário. Ao entender a audiência de maneira tão profunda, as plataformas podem oferecer aos anunciantes a promessa de direcionar suas mensagens para um público altamente segmentado. E isso pode levar a consequências maiores, como as que foram vistas na eleição de Trump e no Brexit, como já citamos aqui.

O algoritmo, nesse contexto, atua como o maestro dessa sinfonia de dados. Utilizando algoritmos de aprendizado de máquina e inteligência artificial, as plataformas são capazes de analisar padrões complexos de comportamento do usuário. Essa análise não se limita ao que é explicitamente declarado; ela o transcende para prever interesses, opiniões e até mesmo reações emocionais. O resultado é a criação de um ambiente altamente personalizado, onde cada usuário é exposto a conteúdos específicos, cuidadosamente selecionados para manter sua atenção.

A facilidade com que informações falsas são compartilhadas nesse contexto é intrínseca ao modelo. Ao criar bolhas de informação personalizadas, o algoritmo constrói uma narrativa que ressoa as convicções do usuário, tornando-o mais suscetível à aceitação de informações que confirmam suas visões de mundo. A relevância do conteúdo, muitas

vezes medida pelo grau de engajamento que gera, assume precedência sobre critérios de veracidade. A combinação entre a coleta intensiva de dados, a criação de perfis altamente categorizados e a personalização algorítmica gera um ambiente propício para a disseminação de informações falsas. Afinal, quando somos expostos apenas a perspectivas alinhadas com nossas crenças, questionar a veracidade das informações torna-se um desafio, e compartilhar aquilo que se assemelha a nossas convicções torna-se quase intuitivo.

Assim, a Economia da Atenção, embasada na coleta de dados e na personalização algorítmica, cria um terreno fértil para a propagação de desinformação, ampliando as implicações além do âmbito individual para moldar dinâmicas sociais e influenciar a percepção coletiva da realidade.

1.6 Regulação e combate às *fake news*: desafios de vários países

A crescente proliferação de *fake news* no meio digital impulsionou a busca mundial por estratégias de regulação e combate a esse fenômeno, uma vez que suas ramificações ultrapassam os limites do espaço digital e se entrelaçam com questões éticas, legais e desafios inerentes a esse processo multiforme. É uma questão que tem sido enfrentada por quase todos os países, se assim podemos dizer. Nesse contexto, as reflexões sobre a Economia da Atenção, discutida no tópico anterior, adquirem uma relevância fundamental. O bombardeio constante de informações, muitas vezes marcado por conteúdos sensacionalistas e enganosos, está intimamente ligado à disseminação de notícias falsas. A competição pela atenção do público em meio a um oceano de informações contribui para a propagação de conteúdos que, muitas vezes, não são analisados quanto à sua veracidade.

Inúmeras iniciativas governamentais têm sido propostas para lidar com a disseminação de notícias falsas, buscando estabelecer regulamentações que as coíbam. No entanto, a linha tênue entre regulamentação e preservação da liberdade de expressão torna esse processo complexo. A definição clara do que constitui uma *fake news*, sem ferir princípios fundamentais da democracia, também é um desafio constante.

As propostas legislativas frequentemente enfrentam o dilema de encontrar um equilíbrio entre a proteção contra informações falsas e a não restrição injustificada à liberdade de expressão. Questões éticas emergem no cerne dessas discussões, destacando a importância de se evitarem arbitrariedades e censuras que possam comprometer a

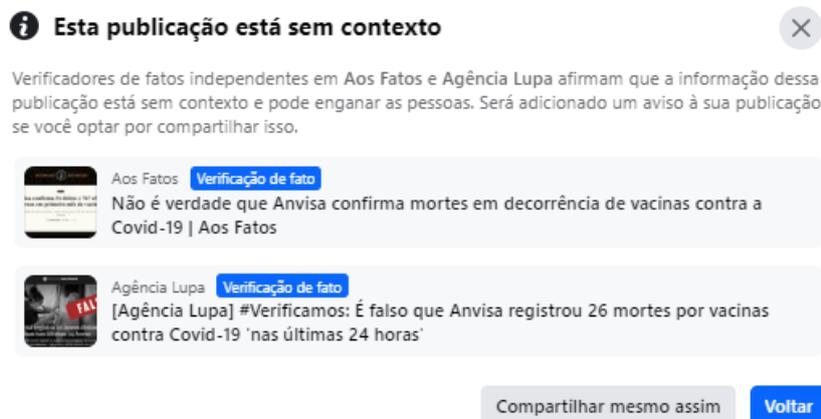
diversidade de vozes e perspectivas. Outro ponto crítico nas iniciativas governamentais é a capacidade de implementação e fiscalização efetiva das regulamentações propostas. O ambiente digital, caracterizado pela velocidade e fluidez das informações, apresenta desafios únicos para a aplicação de medidas regulatórias. A divisão de responsabilidades entre plataformas, usuários e autoridades governamentais torna-se difícil de resolver.

Além das ações governamentais, a sociedade civil também desempenha um papel fundamental no combate às *fake news*. Iniciativas independentes, organizações não governamentais e grupos de ativistas têm promovido campanhas de conscientização, desenvolvido ferramentas educativas e pressionado por maior transparência por parte das plataformas digitais. Os desafios éticos e legais surgem não apenas na definição do que constitui uma *fake news*, mas também na avaliação das intenções por trás da disseminação de informações enganosas. A identificação de atores mal-intencionados e a distinção entre desinformação deliberada e simples erro são questões que também esbarram nas iniciativas regulatórias. Em um cenário globalizado, em que as fronteiras digitais transcendem as geográficas, a cooperação internacional tem se mostrado um caminho. Iniciativas conjuntas entre países, organismos internacionais e plataformas digitais tentam promover estratégias harmonizadas de regulação e combate.

A posição das gigantes tecnológicas, conhecidas como Big Techs, adiciona uma camada de complexidade ao cenário de regulação e combate às *fake news*. Empresas como Meta (responsável pelo Facebook, Instagram e Whatsapp), Google, Twitter e Telegram, por exemplo, desempenham um papel significativo na disseminação de informações, tornando-se plataformas essenciais para a circulação de notícias, mas também para a proliferação de conteúdos enganosos. A responsabilidade das Big Techs na moderação de conteúdo e na identificação de *fake news* tem sido tema de debates e pressões crescentes. A transparência sobre os algoritmos que impulsionam o conteúdo exibido aos usuários torna-se relevante, pois essas plataformas exercem influência significativa na formação de opinião pública.

Em muitos casos, as empresas de tecnologia têm implementado medidas para conter a disseminação de *fake news* em suas plataformas. Isso inclui a utilização de algoritmos de aprendizado de máquina para detectar padrões associados a notícias falsas e a parceria com verificadores de fatos independentes para avaliar a veracidade das informações compartilhadas. É o caso da Meta. Em uma das análises do corpus desta pesquisa, por exemplo, foi possível identificar essa iniciativa, como mostra a figura a seguir.

Figura 1 – Print da rede social Facebook



Fonte: Facebook

No entanto, a eficácia dessas medidas é frequentemente questionada, e a linha tênue entre moderação e censura gera debates sobre a liberdade de expressão. As Big Techs enfrentam o desafio de equilibrar a promoção da diversidade de vozes e perspectivas com a necessidade de evitar a propagação de desinformação prejudicial. A relação entre os governos e as empresas de tecnologia também é questionada. Em alguns casos, governos têm buscado regulamentar mais de perto as atividades das Big Techs, exigindo maior responsabilidade na moderação de conteúdo e impondo penalidades por práticas que contribuam para a disseminação de *fake news*.

A posição das Big Techs, portanto, precisa se alinhar aos esforços governamentais, com as ações da sociedade civil e com as medidas tomadas pelo setor privado na construção de estratégias eficazes contra as *fake news*. Essa relação é complexa e requer uma abordagem colaborativa e global para enfrentar um fenômeno que transcende fronteiras e impacta a sociedade em níveis nunca vistos antes.

A abordagem para regulamentação e combate às *fake news* varia significativamente entre os países, refletindo diferentes contextos políticos, sociais e culturais. A seguir, uma listagem de dez nações que têm desenvolvido ações nesse sentido. Não adotamos critérios específicos para análise dos países, como tamanho populacional ou localização geográfica, mas buscamos apresentar uma amostra de abordagens adotadas em diferentes partes do mundo. Essa seleção baseou-se em pesquisas realizadas por veículos de comunicação e instituições especializadas que destacam as iniciativas mais proeminentes no combate às *fake news*.

Tabela 1 – Listagem dos desafios e iniciativas de dez países no combate às *fake news*

PAÍS	DESAFIOS	INICIATIVAS
Brasil	O Brasil enfrenta o desafio de combater as <i>fake news</i> sem ferir a liberdade de expressão. O governo, por meio do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), tem implementado esforços para combater a desinformação durante períodos eleitorais.	O Marco Civil da Internet estabelece princípios para o uso da rede, enquanto o Congresso discute propostas legislativas para regulamentar as plataformas digitais.
Estados Unidos	O país enfrenta uma tensão entre a Primeira Emenda, que protege a liberdade de expressão, e a necessidade de conter a disseminação de desinformação.	Plataformas como Facebook e Twitter implementam políticas de moderação, e há discussões no Congresso sobre a reforma da Seção 230, que protege as redes sociais da responsabilidade por conteúdo gerado por usuários.
França	A França busca equilibrar a regulação eficaz com o respeito aos direitos fundamentais. A questão da intervenção estatal na liberdade de expressão é um ponto sensível.	Leis foram promulgadas para combater notícias falsas durante campanhas eleitorais, e plataformas digitais são incentivadas a divulgar informações sobre anúncios políticos.
Índia	A Índia enfrenta a disseminação de notícias falsas em larga escala, muitas vezes com implicações reais, como surtos de violência.	O governo tem pressionado as plataformas a tomar medidas mais rigorosas, implementando regulamentações para exigir a identificação do originador de mensagens em serviços de mensagens instantâneas.
Alemanha	A Alemanha tem como desafio lidar com a ascensão de discursos de ódio e desinformação, enquanto respeita a liberdade de expressão.	A NetzDG (sigla em alemão para "Lei de Aplicação da Rede" de 2017) exige que plataformas removam conteúdo ilegal em um curto período, e muitas significativas são aplicadas em caso de não conformidade.
Singapura	Singapura tem uma abordagem rigorosa para conter a desinformação,	A Lei de Notícias Falsas, implementada em 2019, permite que o governo exija a correção de

	mas isso também levanta preocupações sobre a liberdade de expressão.	informações consideradas falsas e até mesmo proíba indivíduos de divulgar informações incorretas.
Reino Unido	O Reino Unido enfrenta desafios relacionados à disseminação de desinformação em plataformas online, especialmente durante eventos políticos importantes.	As autoridades britânicas têm buscado a cooperação com as plataformas digitais para mitigar a propagação de notícias falsas, e debates sobre regulamentação estão em curso.
Coréia do Sul	A Coreia do Sul lida com a disseminação de informações falsas, muitas vezes relacionadas à política e à segurança regional.	O governo sul-coreano tem implementado regulamentações para combater a desinformação, incluindo penalidades para a disseminação de notícias falsas.
Nigéria	A Nigéria enfrenta a propagação de notícias falsas, especialmente em questões relacionadas à saúde e à política.	O governo nigeriano tem buscado conscientizar o público sobre os perigos da desinformação, enquanto trabalha para desenvolver estratégias para conter a disseminação de notícias falsas.
Austrália	A Austrália busca equilibrar a proteção contra a desinformação com a garantia da liberdade de expressão.	O país está considerando leis para responsabilizar as plataformas digitais por conteúdo falso, com propostas que incluem multas substanciais para plataformas que não removam rapidamente informações incorretas. Em 2021, foi criada a Lei de Segurança Online.

Fonte: Jornal Estado de Minas e G1.

1.7 Existiria um gênero *fake news*?

Logo na introdução deste trabalho, colocamo-nos o desafio de discutir a questão dos gêneros discursivos e *fake news*. Partindo da definição clássica de gêneros proposta por Bakhtin como “tipos *relativamente* estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2011, p. 262; grifo do original), seriam as *fake news* um novo gênero digital? O conceito de gênero para o autor está presente em todas as manifestações discursivas, já que o discurso se

materializa nos enunciados, que são, necessariamente, arquitetados em gêneros. Eles, os gêneros, estão conectados às situações sociais da interação, da comunicação, e são mutáveis a cada nova interação e a cada nova esfera social. Essa reflexão teórica poderia levar alguns a pensar que sim, que as *fake news* constituem um novo gênero.

Contudo, defendemos nesta pesquisa que as *fake news* não se configuram como um gênero discursivo novo, mas se comportam como variações de outros gêneros pelos quais elas querem se fazer passar para efetivar seus propósitos. Se fosse um gênero novo, provavelmente todos as identificariam facilmente e elas não cumpririam sua principal função, que é enganar. Elas podem ora se revestir do gênero notícia, do gênero capa de revista, do gênero mensagem de whatsapp, artigo, panfleto, enfim, são infindas as possibilidades. Fato é que o destinador do discurso irá escolher a melhor maneira, a seu ver, de utilizar parâmetros de outros gêneros que carreguem elementos de veracidade fundamentais para que esse discurso funcione. Para que a notícia falsa seja aceita pelo destinatário, ela precisa parecer ser verdade. Isso mostra, portanto, que, tal como entendemos a noção discursiva proposta por Bakhtin e apresentada anteriormente, as *fake news* poderiam ser classificadas apenas tematicamente como um novo gênero, ou seja, pelo tipo de abordagem do conteúdo, e não por meio de sua estrutura composicional ou de seu estilo, que “imitam” os de outros gêneros.

Voltamos a falar da verdade e da mentira, mas aprofundando melhor essa questão a partir do contrato de veridicção de Greimas (2008). Para o autor, o enunciador quer a adesão do enunciatário ao seu discurso, ou melhor, ele determina como o enunciatário irá interpretar o contrato sugerido a partir do regime de veridicção proposto. Essa relação é verdadeira ou falsa, mentirosa ou secreta e é determinada pelas modalidades veridictórias do ser e do parecer. Para ele, se a verdade não passa de um efeito de sentido, o que importa para o discurso é o *fazer-parecer-verdadeiro*. O destinador quer fazer-crer que o enunciado é verdadeiro. E o destinatário fará a leitura desse discurso a partir de seus conhecimentos, crenças e ideologias. A partir dessa leitura, são várias as possibilidades de interpretação. Desde o certamente verdadeiro, passando pelo provavelmente verdadeiro, tendo do outro lado o provavelmente falso e chegando ao certamente falso. Se, de antemão, em um discurso, o destinatário já souber que se trata de gênero *fake news*, ele irá interpretá-lo imediatamente como certamente falso e nenhuma *fake news* teria efetividade. Enquanto discurso, a notícia falsa precisa parecer ser verdadeira.

O quadrado semiótico de Greimas e Courtés (2008) explica bem essa relação estabelecendo as possibilidades de interpretação.

- a) Verdadeira (interpretada como parecendo e sendo)
- b) Falsa (interpretada como não-parecendo e não-sendo)
- c) Mentirosa (interpretada como parecendo e não-sendo)
- d) Secreta (interpretada como não-parecendo e sendo)

Figura 2 – Quadrado semiótico da veridicção



Fonte: Greimas e Courtés (2008, p. 532).

Os percursos definem modos distintos de veridicção nos discursos. No caso das *fake news*, elas seguem o caminho falsidade - mentira - verdade. O destinador elabora um discurso partindo da falsidade, negando a mentira e assumindo a verdade. A falsidade, a qual o destinador nega, tem a mentira como contraditório para tentar estabelecer a verdade por meio do parecer verdade. Nesse percurso, fica claro a predominância e a importância do *parecer* nas operações de sentido.

Segundo Barros (2022), “o enunciador da *fake news*, espera, com essas operações e os procedimentos usados para efetuá-las, fazer a passagem de um discurso concessivo (o da mentira) a um discurso implicativo (o da verdade).” Para que a adesão ao discurso seja completa, várias estratégias podem ser utilizadas pelo enunciador, entre elas, como cita Barros (2002): (a) ancoragem em atores e lugares que o enunciatário reconhece e em que acredita; (b) camuflagem subjetivante e objetivante; (c) estranhamentos e anomalias na organização do discurso e do texto e, também, nos diálogos com outros

textos e discursos. Retomaremos de forma mais teórica a questão das modalidades no capítulo 2, sobretudo no item 2.5.

Reforçando, então, nossa proposição, argumentamos que as *fake news* operam como variações de outros gêneros, mimetizando suas características para alcançar seus objetivos enganosos. A essência das *fake news* reside na sua capacidade de se disfarçar, assumindo a forma de diferentes gêneros. Essa adaptação sugere que elas não se enquadram em uma categoria fixa, mas exploram as características de diversos gêneros para parecerem autênticas. Essa estratégia é fundamental para seu sucesso, uma vez que, conforme já mencionamos, se elas fossem prontamente identificadas como um novo gênero, perderiam sua eficácia em enganar o destinatário. A multiplicidade de abordagens permite que o destinador escolha a melhor maneira de utilizar elementos de outros gêneros, carregando consigo a ilusão de veracidade necessária para a aceitação da notícia falsa.

Ao explorar mais a fundo essa dinâmica das *fake news*, é possível perceber que o enunciador se utiliza de sua própria habilidade para camuflar o discurso entre diferentes gêneros não apenas confundir o enunciatário, mas também para amplificar seu impacto persuasivo. Ao assumir características de gêneros estabelecidos e familiares ao enunciatário, as *fake news* conseguem se infiltrar em canais de comunicação usuais, como as redes sociais ou aplicativos de mensagens. A natureza mutável das *fake news* revela uma adaptabilidade estratégica que as torna especialmente desafiadoras de combater. Se não é um gênero próprio, obviamente não é possível identificá-lo tão rapidamente.

Ao se moldarem aos diferentes gêneros, elas se tornam resilientes às tentativas de categorização e classificação. Compreender essa estratégia de camuflagem das *fake news* não apenas nos ajuda a identificar seus mecanismos de funcionamento, mas também nos convoca a repensar e adaptar nossas abordagens de combate à desinformação no mundo contemporâneo. Portanto, ao considerarmos as dinâmicas complexas envolvidas na disseminação de *fake news*, é possível argumentar que elas não se enquadram estritamente em um novo gênero discursivo (digital), mas, sim, em manifestações textuais e discursivas adaptativas que exploram e distorcem elementos de outros gêneros já estabelecidos para alcançar seus objetivos enganosos.

“Os gêneros estão em constante mudança” (Fiorin, 2006, p. 65). Acreditamos que foi exatamente isso o que Bakhtin quis dizer com gêneros “relativamente estáveis”. Não é a classificação taxonômica de gêneros o que é mais importante. Como ressalta Fiorin

(2006), o pensador não estava preocupado em descrever um catálogo de gêneros, destrinchando cada estilo e suas estruturas, justamente porque os gêneros são infinitos, fluidos, inesgotáveis, assim como a atividade humana. A nosso ver, não deveríamos mais pensar, portanto, em mais um gênero *fake news*. Na verdade, as *fake news* se travestem de outro gênero ou até de vários outros gêneros ao mesmo tempo. Faz-nos lembrar o mundo animal, analogamente, em que o mimetismo é utilizado para enganar. Entretanto, assim como no reino animal, onde os predadores desenvolvem mecanismos para detectar o mimetismo, na sociedade, esforços constantes são feitos para desmascarar as *fake news*. A conscientização pública, a educação midiática e a verificação de fatos atuam como "predadores" que buscam expor a verdade por trás das notícias falsas.

Em última análise, essa relação metafórica entre animais miméticos e *fake news*, destaca a complexidade e a adaptação como características fundamentais tanto na natureza quanto na esfera da informação. Enquanto o reino animal evolui para enfrentar os desafios da sobrevivência, a sociedade humana continua a aprimorar suas estratégias para discernir a verdade no vasto ecossistema da informação, ou pelo menos deveria.

“Os gêneros podem também hibridizar-se, ou seja, podem cruzar-se. Um gênero secundário pode valer-se de outro secundário no seu interior ou pode imitá-lo em sua estrutura composicional, sua temática e seu estilo” (Fiorin, 2006, p. 70).

Como exemplo, em uma de nossas análises, dois gêneros se unem para criar a *fake news*. No *Texto 5 – Eficácia da vacina e interpretação equivocada*, que analisaremos mais à frente, o enunciador une uma manchete de um site a uma arte, criando um enunciado sincrético que é veiculado como post em uma rede social. Vários textos unidos que ganharam novas significações. Imaginemos se já existisse um gênero fixo, imutável, que determinasse o que é uma notícia falsa. O enunciatário provavelmente não lhe daria credibilidade, tomando-o, por exemplo, como um “meme”, um gênero digital bastante difundido atualmente, ou ainda como uma piada ou uma anedota. Vê-se, assim, que as *fake news* não podem existir enquanto um gênero próprio, já que perderiam sua eficácia. Isso, a nosso ver, vai ao encontro do pensamento de Bakhtin, que se refere aos gêneros como relativamente estáveis.

2 CAPÍTULO 2 – Fundamentação teórica e metodológica

Neste trabalho, buscamos fazer uma análise semiótica, pelo viés do percurso gerativo de sentido, apoiando-nos em categorias do nível fundamental, do nível narrativo e do nível discursivo (plano de conteúdo) e também no plano da expressão, com o objetivo de proporcionar uma compreensão mais profunda dos textos selecionados, como se verá no Capítulo 3.

Assim, analisando o nível fundamental, observaremos as categorias que formam a base de um texto. Oposições abstratas de sentido, como a dicotomia entre vida e morte, oferecem marcas sobre a construção temática das mensagens, revelando como termos opostos são estrategicamente escolhidos para fundamentar argumentos.

Na perspectiva do nível narrativo, tomaremos o esquema narrativo canônico, que, desdobrando-se nas etapas (programas) de manipulação, competência, performance e sanção, permite desvendar como uma mensagem é concebida, apresentada, executada e qual seu potencial impacto nas reações do público. As categorias narrativas do percurso gerativo de sentido revelam a interconexão dos elementos na construção de significados, proporcionando uma compreensão de como as narrativas enganosas são construídas e apresentadas ao destinatário.

No nível discursivo, examinaremos marcas da enunciação no enunciado, com especial atenção para as depreagens enunciativas e enuncivas e seus efeitos de sentido. Analisaremos também os temas (e as eventuais figuras que os concretizam), considerando que se trata de textos predominante temáticos. Esses conceitos são explorados para compreender como as estratégias discursivas são utilizadas na persuasão e na influência da percepção do enunciatário (que é o destinatário do “objeto” discurso).

No plano da expressão (verbal), nos concentraremos na análise das escolhas estilísticas que moldam a forma como as mensagens são apresentadas (recursos verbais). Elementos como títulos em caixa alta, escolha vocabular, estrutura de frases e figuras de linguagem são examinados para compreender como a materialização textual contribui para a persuasão, enfatizando a importância desses recursos expressivos na construção de significados. Quanto a elementos não verbais/visuais (fotos, imagens de gráficos etc.), que acompanham o verbal (já que se trata, predominantemente, de textos sincréticos), faremos alguns comentários mais pontuais. Essas são, em suma, as categorias mobilizadas para a análise do *corpus*.

2.1 O percurso gerativo de sentido

A Semiótica Francesa (ou Discursiva), por meio da metodologia proposta por Greimas (1973) (daí ser chamada também de Semiótica Greimasiana), nos fornecerá as bases para a análise dos textos do corpus. Como vimos, o autor construiu a organização do plano de conteúdo dos textos em três “camadas”: o nível fundamental, o nível narrativo e o nível discursivo, que compõem o percurso gerativo de sentido e que nos guiarão em nosso estudo. Cabe-nos avançar, rapidamente, no que a Semiótica Francesa entende como texto e chegaremos ao entendimento da teoria.

Lembra-nos Fiorin (1995) que os estudos acerca do texto tiveram dois focos anteriores à percepção semiótica: os textos eram vistos ora como um objeto de significação, ora como um objeto histórico. A corrente que tomava o texto como um objeto histórico preocupava-se com o aspecto ideológico, com a expressão e com as relações polêmicas. A que o considerava como um objeto de significação preocupava-se com o sentido do texto, com a organização, com os procedimentos e com os mecanismos que o estruturavam. Durante décadas, os seguidores dessas correntes trocaram farpas entre si. Já a Semiótica Francesa encara o texto como uma totalidade de sentido, ainda que priorize, em seu estudo, os mecanismos intradiscursivos de produção de sentido: o que o texto diz e como faz para dizer o que diz. Assim, a Semiótica Francesa

Concebe-se como uma teoria gerativa, sintagmática e geral. É uma teoria sintagmática, porque seu escopo é estudar a produção e a interpretação dos textos. É geral, porque se interessa por qualquer tipo de texto, independentemente de sua manifestação. Postula que o conteúdo pode ser analisado separadamente da expressão, uma vez que o mesmo conteúdo pode ser veiculado por diferentes planos de expressão (por exemplo, uma negativa pode ser manifestada pela palavra não ou por um gesto da cabeça ou do indicador). É, por conseguinte, uma teoria geral dos textos, quer se manifestem verbalmente, visualmente, por uma combinação de planos de expressão visual e verbal, etc. Num primeiro momento da análise, faz abstração da manifestação, para examinar o plano do conteúdo e só depois vai estudar as especificidades da expressão e sua relação com o significado. É uma teoria gerativa, porque concebe o processo de produção do texto como um percurso gerativo, que vai do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto, num processo de enriquecimento semântico. Isso significa que vê o texto como um conjunto de níveis de invariância crescente, cada um dos quais suscetível de uma representação metalinguística adequada. O percurso gerativo de sentido não tem um estatuto ontológico, ou seja, não se afirma que o falante na produção do texto passe de um patamar ao outro num processo de complexificação semântica. Constitui ele um simulacro metodológico, para explicar o processo de entendimento, em que o leitor precisa fazer abstrações a partir da superfície do texto, para poder entendê-lo. (Fiorin, 1995, p. 167)

O olhar da Semiótica Francesa percebe o texto como uma instância de interlocução entre duas instâncias do discurso chamadas de enunciador e de enunciatário. Essas duas instâncias não são, por exemplo, autor e leitor reais, de carne e osso. Elas constituem, antes, imagens do autor e do leitor projetadas no texto; são, pois, instâncias pressupostas. O enunciador realiza um fazer persuasivo para manipular o enunciatário a, no fazer interpretativo que lhe cabe, aderir aos seus (do enunciador) valores, aderir ao seu discurso. O fazer persuasivo se manifesta no/pelo texto e pode ser analisado em três níveis, como já foi dito, o que abordaremos a seguir. Cada nível possui um componente semântico (os conteúdos veiculados no texto) e um componente sintático (os mecanismos que ordenam os conteúdos). Lembramos ainda que a teoria proposta por Greimas não é uma metodologia para se escreverem textos e, sim, uma teoria para se analisarem textos.

2.2 Nível fundamental

Nesse patamar, são analisadas as categorias semânticas mais gerais do texto. É o nível mais simples e abstrato em que é estabelecida uma oposição entre duas categorias. Essas oposições ordenam os conteúdos do texto. Alguns exemplos:

- (a) Vida vs morte
- (b) Natureza vs cultura
- (c) Liberdade vs opressão

Negando-se cada um dos termos da oposição, teremos não a vs não b. Os termos a vs b mantêm entre si uma relação de contrariedade. A mesma coisa ocorre com os termos não a vs não b. Entre a e não a e b e não b há uma relação de contraditoriedade. Ademais, não a mantêm com b, assim como não b com a, uma relação de implicação. Os termos que mantêm entre si uma relação de contrariedade podem manifestar-se unidos. (Fiorin, 1999, p. 4)

Lembra Fiorin (1995) que os termos contrários da categoria semântica de base, recebem traços de euforia (positivos) e de disforia (negativos), que não são dados a priori, mas construídos no/pelo texto. Assim, dois textos podem trabalhar com as mesmas categorias de base, porém com discursos completamente diferentes. Num mesmo sentido, Gregolin (1995) destaca o nível fundamental como o estágio inicial no processo de geração de sentido textual, configurando-se como o ponto de partida essencial. Essa fase estabelece o alicerce mínimo de significado necessário para a elaboração do texto, delineando a relação de diferença ou oposição entre dois termos semânticos. Esses

elementos antagônicos representam uma transição de estado, podendo assumir uma natureza eufórica, quando positiva, ou disfórica, quando negativa, como explicamos anteriormente. A dinâmica de transformação abstrata reflete-se nos níveis mais primários da produção textual, lançando as bases para a construção de significados mais complexos ao longo do percurso de geração do sentido.

Em suma, o nível fundamental desempenha um papel crucial na estruturação inicial do texto, fornecendo os alicerces sobre os quais a narrativa ou o discurso serão desenvolvidos. Assim, compreender esse nível é essencial para uma análise semiótica aprofundada de qualquer texto, pois permite desvendar as estruturas subjacentes que dão forma à sua significação. É uma etapa crucial para passarmos à análise seguinte, o nível narrativo.

2.3 Nível narrativo

Esse nível é considerado intermediário entre o nível superficial (discursivo) e o mais profundo (fundamental). Nele ocorre a análise das transformações de estado, que podem ser mínimas ou mais complexas. Dizemos que a narrativa é mínima quando ocorre a transformação de um único estado inicial para um estado final, fazendo com que o sujeito vá de um estado de disjunção a um estado de conjunção com o objeto (ou vice-versa). Quando, por exemplo, dizemos que “Matheus tem Covid-19”, *Matheus*, o sujeito passou de um estado inicial disjunto para um estado final conjunto com o objeto *Covid-19*. Em “Matheus não tem mais Covid-19”, ao contrário, *Matheus* passou de estado inicial conjunto para um estado final disjunto do objeto *Covid-19*. Essa relação de transformação é, pois, estabelecida entre sujeito e objeto.

As narrativas podem ser mais complexas e, nesse caso, se desdobram em programas de manipulação, de competência, de performance e de sanção (esquema narrativo canônico). Esse nível é chamado de narrativo porque “revela a dimensão sintagmática da narrativa e, de outro, mostra as fases obrigatoriamente presentes no simulacro da ação do homem no mundo, que é a narrativa”. (Fiorin, 1995, p. 168).

Nesse ponto, destacamos os valores inscritos no objeto, fazendo dele um objeto de valor ou um objeto-valor, com que os sujeitos entram em conjunção ou em disjunção via performance. De outro lado, há os objetos modais, que são elementos importantes para a realização da performance: o querer, o dever, o saber e o poder fazer, como veremos na descrição dos programas narrativos da sequência canônica.

No primeiro PN, a manipulação, um sujeito (destinador-manipulador) age sobre um outro sujeito (ou destinatário-sujeito), com o objetivo de levá-lo a um querer e/ou um dever fazer. Essa dinâmica pode ocorrer por meio da sedução (cria-se uma imagem positiva do destinatário-sujeito), provocação (que, ao contrário, cria uma imagem negativa do destinatário-sujeito), tentação (em que se oferecem objetos de valor positivo para o destinatário-sujeito) e intimidação (em que se oferecem objetos de valor negativo para o destinatário-sujeito). Essa etapa pode se manifestar como um pedido, uma solicitação, uma exigência, entre outros.

No segundo PN, a competência, o destinatário-sujeito, já manipulado, recebe um saber e um poder fazer. “Quando, num conto maravilhoso, uma fada dá a um príncipe um objeto mágico, que lhe permitirá realizar uma ação extraordinária, está dando-lhe um poder fazer, figurativizado pelo referido objeto mágico.” (Fiorin, 1995, p. 169). O sujeito que realizará a ação central é, pois, qualificado para realizá-la.

O terceiro PN é a performance, a principal transformação da narrativa. Nessa etapa, reside o ápice da narrativa: o sujeito, que se deixou manipular e se tornou competente, realiza a ação (sujeito de fazer), que levará o sujeito de estado à conjunção ou a disjunção com o objeto-valor. Lembremos que sujeito de fazer e sujeito de estado (ditos actantes) podem ser sincretizados em um único ator do nível discursivo (ou não).

O último PN é a sanção. Há dois tipos de sanção: a cognitiva (reconhecimento) e a pragmática (retribuição). Esta pode vir como forma de prêmio ou castigo para o sujeito que realizou a performance e não é obrigatório que ocorra. Aquela, em vários textos, surge como um momento muito importante de revelação ou de desmascaramento, caracterizando-se, pois, pelo reconhecimento.

2.4 Nível discursivo

As estruturas discursivas (plano de conteúdo) são manifestadas como texto quando unidas ao plano da expressão. O nível discursivo é o mais concreto entre os três; é o mais superficial, contudo o mais complexo. Do ponto de vista da semântica discursiva, as funções mais abstratas dos primeiros dois níveis são substituídas por temas e figuras. Os temas (mais abstratos) classificam e arranjam os elementos observáveis no mundo natural, ao passo que as figuras representam qualquer elemento de um sistema de representação que guarda relação com a realidade do mundo físico. Assim, os textos podem ser prioritariamente temáticos ou figurativos: “[...] os temáticos explicam o

mundo; os figurativos criam simulacros do mundo.” (FIORIN, 1995, p. 171). O mesmo tema pode ser figuratizado de formas diferentes. Barros define a semântica discursiva como a que

[...] descreve e explica a conversão dos percursos narrativos em percursos temáticos e seu posterior revestimento figurativo. A disseminação discursiva dos temas e a figurativização são tarefas do sujeito da enunciação, que assim provê seu discurso de coerência semântica e cria efeitos de realidade, garantindo a relação entre mundo e discurso. (Barros, 2001, p. 125)

Já a sintaxe discursiva nos mostra as marcas da enunciação no enunciado, importantes para entendermos as estratégias utilizadas pelo enunciador (quem fala) para manipular o enunciatário (a quem se fala) a aderir ao seu discurso. É a projeção de pessoas, espaços e tempos no processo de discursivização. Aliás, esse processo não existe sem essa instauração. As projeções vão gerar efeitos de sentido diversos. E o enunciador do discurso irá escolher um regime de veridicção para fazer parecer verdadeiro o seu discurso, para fazer seu enunciatário crer em sua mensagem, aspecto sobre o qual dissertaremos melhor a seguir, quando retomaremos as modalidades veridictórias, já antecipadas no Capítulo 1.

2.5 As modalidades veridictórias e sua importância no estudo das *fake news*

O Observatório da Comunicação define *fake news* como “um conjunto de práticas pseudojornalísticas baseadas na distorção mais ou menos voluntária de informações jornalísticas (chamadas de “verdades alternativas”), voltadas à desinformação e à deslegitimação dos saberes e atores institucionalizados” (Cardoso; Baldi, 2018, p. 17). São, portanto, materialidades discursivas que ganharam importância mundial a partir de uma sociedade ciberconectada. São textos (falsos, leia-se) movidas por interesses, econômicos, ideológicos ou políticos, entre outros. Torna-se importante, nesse sentido, identificar as estruturas (narrativas, discursivas e textuais) que as constroem.

A credibilidade é a linha que sustenta qualquer veículo de comunicação, credibilidade que é garantida por quem “consome” o conteúdo produzido e disponibilizado por determinado veículo. Baseia-se na legitimidade de fazer crer que o que é dito é verdadeiro. Charaudeau (2006) fala, nesse caso, de credibilidade e de captação. A visada de credibilidade relaciona-se com a racionalidade, com um conteúdo comprovado. A visada de captação volta-se ao sentir, à emoção. Prioritariamente, o que

importa é informar o receptor, mas, para o autor, há uma região limítrofe entre o que é informar e o que é persuadir.

Assim, o contrato de informação midiática é, em seu fundamento, marcado pela contradição: finalidade de fazer saber, que deve buscar um grau zero de espetacularização da informação, para satisfazer o princípio de seriedade ao produzir efeitos de credibilidade; finalidade de fazer sentir, que deve fazer escolhas estratégicas apropriadas à encenação da informação para satisfazer o princípio da emoção ao produzir efeitos de dramatização. (Charaudeau, 2006, p. 92).

O autor fala da região de fronteira existente nos discursos midiáticos. No que tange às *fake news*, dois conceitos são relevantes: efeito de verdade e valor de verdade. Este está relacionado a processos científicos em que se pode apoiar, reafirmar o que se diz. Aquele parte da subjetividade; é um “acreditar ser verdadeiro” em função de julgamentos compartilhados por determinados sujeitos em uma comunidade. Como diz Charaudeau (2006, p. 49), “o que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de ‘credibilidade’, isto é, aquilo que determina o ‘direito à palavra’ dos seres que comunicam, e as condições de validade da palavra emitida”. Barros (2002, p. 56), por sua vez, afirma que “não se trata de produzir [...] verdades, mas sim *efeitos de verdade*” (grifo do original). É, pois, da parte do enunciador, investir em um fazer persuasivo: um fazer crer por meio de um fazer parecer verdadeiro.

Discutimos no item 1.2 os conceitos de verdade, de mentira e de fenômenos que eram importantes distinguirmos deles, como a ficção, o segredo, o erro e outros. Superadas essas diferenciações, um termo teórico é extremamente relevante para este trabalho: a veridicção. Como já ressaltamos, para Greimas (2008), a verdade não passa de um efeito de sentido decorrente de um contrato enunciativo. A partir desse contrato, o enunciador quer que o enunciatário adira ao seu discurso e o leia como verdadeiro. Como explica Barros, a veridicção

[...] é tratada, assim, no âmbito dos estudos narrativos da manipulação e no dos estudos da modalização (modalização epistêmica pelo saber e pelo crer e modalização veridictória). O ser que modaliza o ser é chamado de modalidade veridictória e articula-se, como categoria modal, em ser vs. parecer. A modalização veridictória determina a relação do sujeito com o objeto, que é dita verdadeira ou falsa, mentirosa ou secreta. Faz parte, portanto, da modalização do ser e não da modalização do fazer. Com a modalização veridictória substitui-se a questão da verdade pela da veridicção ou do dizer verdadeiro: um estado é considerado verdadeiro quando um sujeito, diferente do sujeito modalizado, o diz verdadeiro. Parte-se do parecer ou do não-parecer da manifestação ou

aparência e constrói-se ou infere-se o ser ou o não-ser da imanência ou essência. (Barros, 2022, p. 24)

O destinador exerce um fazer persuasivo e o destinatário o interpreta a partir de seus próprios valores. Suas crenças, conhecimentos e valores determinam se acreditará ou não no discurso. Lembramos que, no nível discursivo, são o enunciador e o enunciatário que desempenham as funções de destinador e de destinatário do objeto discurso. Como já descrevemos anteriormente, as possibilidades de interpretação são variadas de acordo com as relações estabelecidas entre as modalidades veridictórias e as epistêmicas. As relações modais entre o ser e o parecer determinam os discursos como:

- (a) Verdadeiros, que parecem e são
- (b) Mentirosos, que parecem, mas não são
- (c) Secretos, que não parecem, mas são
- (d) Falsos, que não parecem e não são

Os discursos falsos são utilizados, junto ao público, na criação do que D’Acona (2018) nomeia de “pós-verdades”. Ressaltamos que pós-verdade não é sinônimo de *fake news*. Tomamos, porém, esse conceito apenas para assinalar que “a pós-verdade é, acima de tudo, um fenômeno emocional. Diz respeito à nossa atitude em relação à verdade, e não à própria verdade” (D’Acona, 2018, p. 111). O autor é enfático ao assinalar que o momento histórico atual é de extrema volatilidade, no qual a Ciência e a Mídia passam a ser alvo de descrenças e ataques.

O contrato de informação midiática destacado por Charaudeau (2006) faz lembrar o contrato fiduciário da teoria semiótica. Cabe dizer que as *fake news* são mais férteis em ambientes em que esse contrato fiduciário é alimentado por uma relação de afinidade e confiança entre parceiros, visto que existe um fazer interpretativo, de responsabilidade do enunciatário, correlato ao fazer persuasivo. Desse ponto de vista, a Semiótica Francesa é de extrema importância para fornecer o referencial teórico-metodológico que dá base a esta pesquisa.

2.6 Notícia, gatekeeping, gatewatching e *fake news*

Ao longo do trabalho, teremos a oportunidade de entender os principais processos textuais/discursivos de elaboração e produção das *fake news*, principalmente a partir da

análise do corpus. Aqui, faz-se relevante comparar o discurso produzido a partir das *fake news* com o discurso midiático e de informação que, aliás, é um dos objetivos deste trabalho. Para alinharmos esse conhecimento, vamos dissertar um pouco mais sobre o discurso de informação e o processo de construção das notícias. No capítulo de Contextualização, já nos ativemos ao conceito de *fake*. Parece-nos pertinente, agora, discorrer, sobre “*news*”, ou seja, notícias.

O conceito de notícia, no âmbito da Teoria da Notícia, é abordado de maneira ampla por diversos autores, refletindo sua complexidade, como esperamos mostrar a seguir. Assim, Sousa (1992, p. 325) simplifica a definição ao considerar notícia como a publicação e divulgação de um fato, enquanto Ortega e Costales (1996, p. 48) a veem como todo acontecimento atual, interessante e comunicável. Essas abordagens ressaltam a natureza informativa e comunicativa da notícia, evidenciando sua função de informar e envolver a audiência.

Sousa (2000) amplia a compreensão ao descrever a notícia como um artefato linguístico resultante de um processo de construção complexo. Nesse processo, fatores pessoais, sociais, ideológicos, históricos e ambientais interagem para moldar a narrativa que será difundida pelos meios jornalísticos. Destaca-se a importância do consumidor da notícia na atribuição de sentido, dada a natureza subjetiva desse processo. Já Martinez (1978) destaca o papel dos sujeitos promotores na definição da notícia, enfatizando a importância da avaliação e interpretação dos eventos por parte dos agentes jornalísticos. Alsina (1996, p. 195), por sua vez, define notícia como uma “representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente que se manifesta na construção de um mundo possível”. Essas perspectivas apontam para a dimensão interpretativa e construcionista da notícia.

Urabayen (1993, p. 20) conclui que notícia é todo fato da atualidade susceptível de interessar a um amplo público e que chega ao público de uma maneira regular e periódica por meio de palavras e imagens, ou seja, da imprensa escrita ou audiovisual. Segundo Schudson (2003, p. 6), notícia é o que é publicamente notável dentro de um enquadramento de natureza social e cultural que inclui uma certa compreensão, variável de comunidade para comunidade, do que é ser público e ser notório. Ou seja, “é o produto da atividade jornalística de tornar público” (p. 12). Da mesma forma, Molotch e Lester (1993) e Koch (1990) identificam notícias como o produto da atividade noticiosa dos *media*, com vista a fornecer informação aos interessados sobre fatos inobservados.

Gradim (2000, p. 57) faz a distinção entre notícia em sentido estrito e notícia em sentido amplo: “Notícia é, pois, em princípio, tudo aquilo que um jornal publica; mas, em sentido técnico, enquanto gênero, a definição de notícia é mais restritiva”. Desde logo, a expressão Teoria da Notícia refere-se sobretudo a uma teoria do jornalismo. Quando falamos de notícia, englobamos diversos registros discursivos do jornalismo: notícia, reportagem, entrevista, artigo de opinião e editorial (Ponte, 2004).

Lage (2012, p. 50) caracteriza uma notícia a partir de seis atributos, todos eles vinculados a sua condição de matéria prima jornalística: proximidade do receptor, atualidade, identificação social (pertinência para o receptor), intensidade (relevância), ineditismo (para o receptor) e identificação humana (identificação com o receptor). Marcondes Filho (1989, p. 13) aprofunda a vinculação do conceito de notícia com a atividade empresarial jornalística ao afirmar que “notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensoriais” e, para isso, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político.

Traquina (2004, p. 28 *apud* Bastos, 2007) define notícia a partir de uma abordagem construcionista: resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol de suas estratégias de comunicação.

Quase todas as definições de notícia levam em conta basicamente sua inserção utilitária na atividade jornalística. Mas ela pode ser abordada também a partir das ciências da cognição e do processo de produção de conhecimento, como mostram os estudos de Sperber e Wilson (2001). Os dois autores mostraram como um dado inédito provoca alteração no ambiente cognitivo de um indivíduo, levando-o a refletir sobre o conteúdo recebido. Essa perspectiva amplia a compreensão da notícia para além de sua inserção utilitária na atividade jornalística, considerando seu impacto no processo de produção de conhecimento.

Como se vê, a definição de notícia perpassa diversas dimensões, incorporando elementos informativos, comunicativos, construcionistas, sistêmicos, cognitivos e outros. Mas somente a definição de notícia não resolve o seu processo construtivo e as rotinas envolvidas no fazer jornalístico, teoricamente chamado de *gatekeeping*. A notícia, como artefato comunicativo, passa por um processo de construção que, muitas vezes, é moldado por diversos fatores. Essa abordagem, fundamentada no trabalho de Kurt Lewin nos anos

1940, destaca a função dos *gatekeepers*, os "guardiões do portão", no fluxo da informação jornalística.

O *gatekeeping* refere-se ao processo pelo qual as informações são selecionadas, moldadas e filtradas antes de serem apresentadas ao público. Os *gatekeepers*, frequentemente representados pelos editores, jornalistas e outros profissionais da mídia, exercem influência significativa na determinação de quais eventos são dignos de serem noticiados e como esses eventos são interpretados e apresentados. Essa prática reflete uma forma de controle editorial sobre o que se torna público, moldando, assim, a percepção da audiência.

Gatekeeping é o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna. As pessoas confiam em mediadores para transformar informações sobre bilhões de eventos em um subgrupo gerenciável de mensagens midiáticas. Frente a essa situação, a redução de tantas mensagens potenciais em um conjunto tão pequeno pode parecer impossível, mas existe um longo e consolidado processo que possibilita que isso aconteça diariamente. Esse processo determina não apenas qual informação será selecionada, mas também qual será o conteúdo e a natureza de mensagens tais como as notícias, por exemplo. Explicar esse processo poderoso é o objetivo deste livro, e uma análise da história recente demonstra o que está em jogo nessa área. (Shoemaker, p.11)

O processo de gatekeeping engloba diversas etapas, desde a coleta inicial de informações até a sua apresentação final ao público. A fase inicial, a pauta, é um delineamento do que se transformará em notícia. Esse processo é essencial para a construção da narrativa jornalística. Durante essa etapa, diversos fatores são cuidadosamente considerados (ou deveriam ser) pelos responsáveis pela tomada de decisão editorial. Vamos a alguns desses fatores.

A relevância desponta como um critério primordial. Os *gatekeepers* buscam identificar eventos ou temas que tenham uma importância significativa para a audiência. Questões atuais, impactantes ou relacionadas a assuntos emergentes geralmente recebem destaque nesse contexto. A proximidade, seja geográfica ou emocional, é outro elemento na seleção de pauta. Eventos que ocorrem localmente ou que têm impacto direto na comunidade tendem a receber uma atenção privilegiada, visto que são percebidos como mais pertinentes para a audiência.

A avaliação do impacto de um evento é realizada na medida em que a magnitude das consequências, a amplitude dos envolvidos e o potencial de repercussão pública são considerados para pesar na decisão de cobrir determinada pauta. A percepção do interesse

público é um critério determinante durante o processo de seleção. Os *gatekeepers* buscam compreender o que despertará o interesse, a curiosidade ou a preocupação da audiência. Tópicos relevantes para a comunidade em questão são privilegiados nesse contexto. As chamadas "pautas quentes", eventos ou questões que emergem repentinamente na esfera pública, ganham destaque na seleção de pauta. A atualidade e o potencial de evolução rápida tornam essas pautas especialmente atrativas, muitas vezes elevando-as à posição de prioridade na cobertura jornalística.

Após a seleção cuidadosa da pauta, outra etapa começa para a construção da notícia. Nessa fase, a busca pela veracidade, clareza e importância das informações torna-se a prioridade: é a apuração da pauta. A coleta de informações deve ser orientada pela necessidade de apresentar uma narrativa precisa e confiável ao público (ou que transmita um efeito de objetividade). São decididos quais detalhes serão incluídos na reportagem, considerando a relevância dos elementos para a compreensão completa do evento. A veracidade é um princípio fundamental durante a apuração. Os *gatekeepers*, muitas vezes apoiados por equipes de repórteres e jornalistas, têm a responsabilidade de validar a autenticidade das informações obtidas. A busca por fontes confiáveis, a verificação cruzada de dados e a análise crítica são práticas comuns nesse estágio, visando assegurar a integridade da notícia.

Começam, neste ponto, as escolhas editoriais, como a seleção de citações e a estruturação do texto. São tomadas decisões que fazem com que os detalhes se apresentem de forma compreensível para a audiência, tentando eliminar ambiguidades e garantindo que a mensagem seja transmitida de maneira eficaz. A importância das informações é avaliada em termos do impacto que podem ter no entendimento do público sobre o evento em questão. Essa fase talvez seja a que garanta a qualidade e a veracidade na produção do conteúdo e, portanto, em nosso viés, talvez seja a mais importante.

Superadas as etapas anteriores, passa-se ao processo editorial. A edição e o enquadramento moldam a narrativa que será finalmente apresentada ao público. Esse é segundo ponto mais importante em nossa concepção. Aqui, são tomadas decisões estratégicas com relação às manchetes, ao tom, ao destaque e à inclusão de elementos visuais. A escolha da manchete, mais atualmente chamada de *headline*, é uma das decisões mais impactantes. Os *gatekeepers* precisam condensar a essência da notícia em poucas palavras, buscando ao mesmo tempo atrair a atenção do público e transmitir a informação de maneira clara e concisa. A manchete estabelece o tom para a narrativa e exerce um papel na decisão do leitor de prosseguir com a leitura. O tom geral da notícia

também é determinado nessa fase: a escolha da linguagem e o do estilo que melhor se adequam à natureza do evento, considerando o público-alvo e o contexto mais amplo. Claro que aqui o jornalista também é guiado pela linha editorial do veículo que representa.

O destaque atribuído a diferentes aspectos da notícia é outra responsabilidade dos *gatekeepers*. Eles decidem quais informações merecem maior visibilidade e quais podem ser apresentadas em segundo plano. Essa hierarquização influencia diretamente na ênfase dada a certos elementos, moldando a interpretação do público sobre a relevância e o impacto do evento. Além disso, a inclusão de elementos visuais, como imagens, gráficos ou vídeos, é uma parte essencial do processo de enquadramento e são recursos para complementar e reforçar a narrativa textual. Imagens impactantes, por exemplo, podem evocar emoções específicas, enquanto gráficos elucidativos contribuem para a compreensão dos dados apresentados.

Implícito a todo esse processo, há decisões éticas que guiam os profissionais da notícia. A essência do jornalismo deve equilibrar a busca pela verdade, a imparcialidade e a necessidade de atrair a audiência. Essas escolhas não apenas influenciam a qualidade da informação apresentada, mas também moldam a reputação e a integridade do veículo de comunicação. O desafio de verificar e de validar as informações, assegurando que o conteúdo veiculado seja preciso e confiável, é constante. A pressão para divulgar notícias rapidamente, muitas vezes, vai de encontro à necessidade de garantir a veracidade, exigindo decisões rápidas e ponderadas. A imparcialidade é outro valor essencial. Equilibrar diferentes perspectivas e evitar viés na apresentação dos fatos são desafios diários. As decisões tomadas nesse quesito afetam diretamente a credibilidade do veículo de comunicação e sua capacidade de servir como fonte confiável de informação.

Obviamente, as etapas desse processo não são nem simples nem tão rigorosas assim. Ainda mais em tempos de internet. Os jornalistas e editores enfrentam a realidade da competição por atenção em um cenário midiático saturado. A necessidade de atrair a audiência muitas vezes coloca em xeque a profundidade e a seriedade da cobertura jornalística. Títulos sensacionalistas ou enfoques mais dramáticos podem ser utilizados como estratégia para cativar a atenção do público, levantando questionamentos éticos sobre a integridade da informação. Essas decisões éticas refletem os valores e padrões jornalísticos adotados pela redação. O compromisso com a verdade e a imparcialidade, por vários momentos, pode entrar em conflito com a pressão por audiência e a concorrência acirrada. A forma como os *gatekeepers* lidam com esses dilemas éticos

define não apenas a qualidade do jornalismo praticado, mas também a confiança que o público deposita no veículo de comunicação.

O surgimento das plataformas digitais trouxe consigo uma transformação significativa no papel do público no processo de *gatekeeping*. As interações online, manifestadas por meio de comentários, de compartilhamentos e de engajamento nas redes sociais, agora desempenham um papel na visibilidade e na interpretação das notícias. Os profissionais da comunicação precisam lidar não apenas com as decisões editoriais internas, mas também com a resposta imediata e efervescente do público. Comentários e reações nas redes sociais podem moldar a percepção do conteúdo jornalístico, amplificando ou desafiando as narrativas apresentadas. A velocidade e a amplitude das interações online adicionam uma camada complexa ao processo, exigindo respostas ágeis e adaptações contínuas.

A interação com o público também destaca a importância da transparência e da prestação de contas. A pressão por cliques, por likes e por compartilhamentos pode influenciar a tomada de decisões, muitas vezes desafiando a integridade da informação veiculada. Essa interatividade intensificada entre *gatekeepers* e público não apenas redefine o fluxo tradicional da informação, mas também destaca a necessidade de uma análise mais profunda de como as decisões editoriais e a recepção pública se entrelaçam. E, diante desse processo do fazer jornalístico, como a instância “*fake news*” se insere? De alguma forma, elas estão ancoradas nas notícias “verídicas” produzidas por todo esse processo?

O papel ativo do público nas plataformas digitais se, por um lado, democratiza a disseminação de informações, por outro, também abre espaço para a propagação desenfreada de notícias falsas. Para Fante, Silva e Graça (2019, p. 69), “as *fake news* se (des)apropriam da notícia”, afirmação feita após analisarem amostras investigadas pela Agência Lupa, que se denomina a primeira agência de *fact-checking*⁶ do Brasil.

Constatou-se que os conteúdos se apropriam das qualidades da notícia, na abordagem linguística, mas principalmente, dialógica, além de emprestar a estrutura narrativa e a determinação das publicações por valores-notícia. Comprovou-se que os produtores de notícias falsas se utilizam mais comumente, de assuntos ligados a figuras públicas, temas que dizem respeito à parte da população ou, ainda, que tenham ligação de proximidade cultural ou geográfica com os interlocutores. (Fante; Silva; Graça, 2019, p. 69)

⁶ A checagem de fatos é um método jornalístico por meio do qual é possível certificar se a informação apurada foi obtida por meio de fontes confiáveis e, então, avaliar se é verdadeira ou falsa, se é sustentável ou não. (Aosfatos.org, online. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/> Acesso em 01/06/2023).

A dinâmica entre *gatekeepers* e público tem mudado já há algum tempo e começou com a cibercultura. O conceito de valor-notícia parece estar mais fluido. De acordo com Wolf (2001) esse conceito é um componente da noticiabilidade que corresponde à seguinte pergunta: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia? Esse questionamento remete a todo o processo dos *gatekeepers* que acabamos de destacar. Mas a mudança é real. Para Bruns (2011), o papel das audiências é cada vez mais crucial na definição do que vem a ser notícia, surgindo a figura do *gatewatching*.

O *gatewatching* é uma abordagem alternativa ao tradicional conceito de *gatekeeping* na esfera da comunicação e do jornalismo. Enquanto o *gatekeeping* refere-se ao processo pelo qual profissionais de mídia, como editores e jornalistas, exercem controle sobre a seleção e divulgação de notícias, o *gatewatching* propõe uma dinâmica mais descentralizada e participativa. No contexto do *gatewatching*, a ênfase é colocada na vigilância ativa e na curadoria de conteúdo por parte da audiência, de comunidades online e de indivíduos em geral. Ao contrário do *gatekeeping*, em que os *gatekeepers* decidem quais informações são dignas de serem noticiadas e como serão apresentadas, o *gatewatching* envolve uma abordagem mais colaborativa, na qual a audiência desempenha um papel ativo na identificação, na seleção e no compartilhamento de notícias e de informações.

O advento das plataformas digitais e das redes sociais ascenderam a esse novo formato. As mídias sociais permitem que os usuários contribuam para o ciclo de notícias, compartilhando, comentando e discutindo informações em tempo real. Dessa forma, o público não apenas consome notícias, mas também atua como *gatewatcher*, monitorando, filtrando e ampliando a diversidade de perspectivas e de fontes de informação.

O *gatewatching* representa uma mudança paradigmática na dinâmica da produção e da disseminação de notícias, destacando a importância da participação da audiência na vigilância ativa do fluxo de informações, em contraste com o modelo tradicional de *gatekeeping* centrado nas decisões editoriais de profissionais de mídia. Esse atual processo desafia a hierarquia tradicional na produção de notícias, democratizando a narrativa e permitindo uma participação mais ativa do público no processo informativo. No entanto, também traz desafios, como a disseminação de desinformação e a necessidade de ferramentas eficazes de verificação de fatos para manter a integridade da informação circulante.

Esta mudança foi fomentada por dois aspectos que se combinaram para substituir as práticas de *gatekeeping* por aquelas de *gatewatching*: a multiplicação contínua dos canais disponíveis para a publicação e divulgação das notícias, especialmente desde o surgimento do World Wide Web como uma mídia popular, e o desenvolvimento dos modelos colaborativos para a participação dos usuários e para a criação de conteúdo (Bruns, 2011 p.228)

Somente a título de exemplificação e estabelecendo um paralelo entre as notícias e a indústria musical, observa-se uma mudança no panorama da informação, refletindo uma dinâmica semelhante no âmbito da grande mídia. Anteriormente, as principais rádios ditavam as tendências musicais, influenciando os artistas em destaque e servindo como uma barreira significativa para novos talentos. Contudo, na contemporaneidade, a narrativa se inverteu: o que ganha destaque e se torna uma sensação nas redes sociais passa a orientar as escolhas das grandes rádios, marcando uma transformação nas dinâmicas de visibilidade e reconhecimento no cenário musical. Também tem acontecido isso na TV, principalmente aberta. Nomes que não eram conhecidos, de repente ganham a TV aberta, por já serem muitíssimos conhecidos nas redes sociais. Ou seja, é uma dinâmica que não ocorre somente no âmbito da informação.

Nesse processo, evidencia-se, de maneira clara, a democratização não apenas do acesso à informação, mas também da sua produção. Embora represente um avanço positivo em muitos aspectos, esse fenômeno também contribui para a disseminação das *fake news*, tornando o processo de produção de informações mais acessível. Além disso, as facilidades tecnológicas facilitaram o impulsionamento da produção e da disseminação de *fake news*. A disseminação rápida de informações nas redes sociais, o advento das mídias digitais e, especialmente, a facilidade de acesso a ferramentas online para a criação de conteúdo falso contribuem substancialmente para a proliferação das notícias falsas. Ferramentas avançadas de edição de imagem e de vídeo, combinadas com a simplicidade de criar páginas e perfis fictícios, oferecem aos produtores de *fake news* recursos cada vez mais sofisticados para manipular a percepção pública. A convergência entre a tecnologia e a disseminação de notícias falsas destaca a urgência de abordagens críticas e vigilantes para lidar com os impactos negativos.

Mesmo diante da transformação processual na produção de informações e da ampla disponibilidade de facilidades tecnológicas, um elemento permanece inalterado: a *fake news*, para alcançar seus objetivos, precisa incorporar algum valor que a apresente como verdadeira. Retornamos, assim, aos gêneros do discurso, destacando especialmente

o nível narrativo e as modalidades veridictórias. Mesmo com todas as mudanças destacadas, a notícia falsa necessita aparentar autenticidade, precisa parecer-ser verdade. Uma das estratégias para alcançar essa performance é a apropriação da estrutura da notícia como gênero discursivo.

Assim, as *fake news* habilmente se apropriam da estrutura da notícia, fazendo uso dos valores-notícia, a fim de adquirirem a máscara de veracidade. Uma das formas utilizadas pelos produtores dessas informações falsas se ancora na linguagem comum ao fazer jornalístico, não apenas incorporando os valores-notícia, mas também replicando o próprio dialogismo característico desse gênero. Ao considerar os valores-notícia, é possível compreender as estratégias de objetivação da notícia. Esses critérios respeitam os métodos institucionais e a atividade dos profissionais nos meios de comunicação, tornando a materialidade discursiva propícia para que os leitores interpretem os fatos narrados como verdadeiros.

Não por acaso, as *fake news* se apropriam dessas características, adotando regularidades linguísticas tanto na forma quanto no conteúdo inerentes ao gênero informativo. Desse modo, tornam-se manifestações dialógicas, sendo escritas e lidas por indivíduos imersos em crenças, conhecimentos e valores pertencentes a determinados contextos históricos e sociais. Elas corrompem os preceitos éticos da atividade jornalística, disseminam conteúdos enviesados por meio de adjetivação e/ou do exagero, criam ambiguidade quanto aos fatos supostamente relatados e, além disso, não estabelecem um vínculo sólido entre a sociedade e as instituições legitimadas no campo do jornalismo.

2.7 Metodologia

Esta seção buscará descrever o percurso metodológico desta dissertação, indicando escolhas, procedimentos e etapas que a estruturaram.

Esta proposta de pesquisa, pelas suas características e objetivos, foi desenvolvida na perspectiva qualitativa (Denzin; Lincoln, 2000). Aprofundamo-nos no conhecimento dos mecanismos de construção das notícias falsas, compreendendo esse fenômeno teórica e praticamente. Como foi dito na Introdução, foram coletados sete textos que circularam nas redes sociais em 2020 e 2021 relacionados à pandemia da Covid-19 no Brasil, mais especificamente, à temática da vacinação.

Como foi uma pesquisa de natureza básica (Appolinário, 2011, p. 146) e estudo teórico, utilizamo-nos basicamente dos estudos da Semiótica Francesa e, portanto, de autores que com ela dialogam. O embasamento teórico e histórico forneceu as ferramentas necessárias à comparação dos discursos produzidos pelas *fake news* com o discurso midiático e da informação, utilizando-se, aqui, o método tipológico, já que aprofundamos nas diferenças entre os textos/discursos aqui enfocados e aqueles oriundos das mídias de referência.

Majoritariamente com o objetivo de ser uma pesquisa descritiva (Appolinário, 2011), proporcionamos uma nova visão sobre a realidade das *fake news*. Para a constituição do corpus da pesquisa, que foi analisado pelos referenciais teórico-metodológicos disponibilizados pela Semiótica Francesa, fizemos uma busca das principais notícias falsas veiculadas nas redes sociais relacionadas à vacinação da Covid-19. A coleta dos corpora nesta pesquisa foi orientada por três critérios fundamentais, com o objetivo de proporcionar uma análise precisa e abrangente das *fake news* sobre a vacinação contra a Covid-19.

O primeiro critério consiste na verificação de que as *fake news* foram oficialmente desmentidas por fontes confiáveis, garantindo a autenticidade do material analisado e destacando a importância de terem sido desmentidas por fontes oficiais como indicativo de veracidade. O segundo critério estabelece como ponto inicial o dia 23 de outubro de 2020, quando a Anvisa autorizou a importação de 6 milhões de doses da CoronaVac pelo Instituto Butantan. O limite final foi definido três meses após o início efetivo da vacinação, em 30 de abril de 2021, proporcionando um contexto específico que abrange desde a autorização da importação até o início das imunizações. O terceiro critério direciona a pesquisa para *fake news* que circularam no ambiente digital, enfocando o papel das redes sociais, aplicativos de mensagens e sites na propagação dessas informações falsas, concentrando-se principalmente nas notícias veiculadas digitalmente, embora algumas possam ter tido presença em suportes físicos.

Além disso, para tornar o trabalho mais consistente, fizemos, como procedimentos metodológicos (Severino, 2007, p 122), extensa pesquisa bibliográfica e documental no que tange (1) ao conceito de *fake news* e seus referenciais históricos mais importantes, sobretudo em suporte digital, foco desta pesquisa, (2) para levantamento das *fake news* e pesquisa de novas leis que regem a área jurídica no que tange às *fake news*, bem como (3) os avanços tecnológicos criados para barrar a proliferação dessas notícias.

Apresentados os parâmetros teóricos e metodológicos que nos guiaram na composição do corpus, resta-nos seguir para a análise das *fake news* selecionadas, o que faremos no próximo capítulo.

3 CAPÍTULO 3 – Examinando as *fake news*

Conforme foi apontado anteriormente, observa-se, em todos os textos analisados, a estratégia comum de buscar credibilidade e valor de verdade. Destacam-se a simulação de notícias autênticas e a alegação de base científica como elementos-chave. Esse padrão reforça a percepção de que, para serem convincentes, as *fake news* precisam adotar roupagens que as aproximem de informações confiáveis, ressaltando a complexidade das estratégias de persuasão utilizadas.

A análise aprofundada do corpus do ponto de vista semiótico revela estratégias específicas de persuasão adotadas para conferir credibilidade às *fake news* sobre vacinação contra a Covid-19. A simulação de notícias autênticas, frequentemente embasadas em uma suposta fundamentação científica, destaca-se como uma tática recorrente para enganar o público. As estratégias de persuasão incluem a simulação de notícias autênticas, o uso de manchetes chamativas, fotos sugestivas e referências a estudos científicos, desafiando a capacidade de discernimento do leitor e explorando a autoridade associada ao conhecimento científico. Seguem os textos que compõem o corpus.

3.1 Texto 1 – A vacina causa infertilidade em mulheres

Uma das *fake news* que circulou muito nas redes sociais durante a pandemia de Covid-19 dizia que as vacinas das farmacêuticas Pfizer e BioNTech poderiam causar esterilidade feminina. De acordo com o texto disseminado, as vacinas continham uma proteína spike chamada sincitina-1, importante para a formação da placenta. Afirma, ainda, que se a vacina formasse uma resposta imunológica contra a proteína spike, também estaria “treinando” o corpo feminino a combater a sincitina-1, o que poderia levar a mulher à infertilidade.

Para rechaçar a informação, a fabricante Pfizer divulgou uma nota à imprensa explicando que, em quem tomasse a vacina, não haveria comprometimento genético. Parte da nota divulgada pelo Portal G1, dizia:

A proteína spike tem essa denominação por apresentar uma característica em formato de coroa, o que confere o nome ao coronavírus. Essa proteína viral é o principal alvo de anticorpos do nosso organismo, uma vez que temos a infecção pelo coronavírus. O mRNA, RNA mensageiro utilizado na vacina BNT 162b2,

desenvolvida pela Pfizer e pela BionTech, é baseado exclusivamente no código genético da proteína spike do novo coronavírus. (Pennafort, 2020)

Em uma entrevista à CBN, o virologista Rômulo Neris ressaltou que a mensagem falsa se aproveitava da falta de conhecimento da população sobre a doença e o funcionamento das vacinas. Segundo ele, nenhuma das vacinas disponíveis continha a proteína sincitina, desmentindo assim a base da notícia falsa.

Figura 3 – Print para análise de corpus: A vacina causa infertilidade em mulheres⁷

Adriana Oliveira
7 de dezembro de 2020

Isso é muitíssimo sério! O antigo chefe de pesquisas respiratórias da Pfizer alerta para o risco de esterilização feminina com a Vacina de Covid.
Covid Vaccine is Female Sterilization - Head of Pfizer Research:
A Vacina supostamente geraria uma resposta imune à proteína espiculada do Sars Cov 2, mas que tb está presente na placentação de mamíferos, gerando uma esterilidade por tempo não determinado...
Para ter uma gestação saudável, o organismo da mulher passa por uma modulação na imunidade. Qualquer vacina, à princípio, provoca uma resposta imune e uma alteração na imunidade da mulher, que pode suscitar uma maior dificuldade em manter uma gestação.
Não é à toa que poucas são as vacinas permitidas e recomendadas na gestação, e tb da recomendação de não aplicá-las no primeiro trimestre. Tb há sempre a orientação prudente, de que mulheres evitem a gestação no uso de novos medicamentos e inúmeras vacinas.
Com essas da Covid, não seria diferente. Mas parece que existem preocupações ainda maiores com a fertilidade e gestação. Médicos Pela Liberdade
@liberdade medico
<https://theplatform.ie/covid-vaccine-is-female-/>

Laura Loomer @LauraLoomer
17 mins ago • 30k

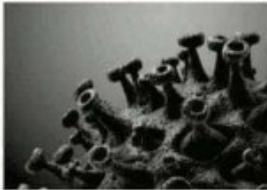
The COVID vaccine is said to cause female infertility.

The Great Reset is a globalist depopulation effort.

Head of Pfizer Research: Covid Vaccine is Female Sterilization

Health & Money News / December 2, 2020 / News

The vaccine contains a **spike protein (see image) called syncytin-1**, vital for the formation of human placenta in women. If the vaccine works so that we form an immune response AGAINST the spike protein, we are also **training the female body to attack syncytin-1**, which could lead to infertility in women of an unspecified duration.



- The vaccinations are expected to produce antibodies against spike proteins of SARS-CoV-2. However, spike proteins also contain **syncytin-homologous proteins**, which are essential for the formation of the placenta in mammals such as humans. It must be absolutely ruled out that a vaccine against SARS-CoV-2 could trigger an immune reaction against syncytin-1, as otherwise **infertility of indefinite duration could result in vaccinated women**.
- The mRNA vaccines from BioNTech/Pfizer contain **polyethylene glycol (PEG)**. 70% of people develop antibodies against this substance – this means that many people can develop allergic, potentially fatal reactions

Fonte: Facebook

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=3503673749749638&set=a.228734553910257>. Acesso em 23/02/2023.

A notícia falsa também foi desmascarada pelo Instituto Butantan na página “Tira Dúvida Butantan Fato ou Fake”.

Figura 4 – Desmentido oficial Proteína Spike causa problemas de saúde⁸



#FAKE Proteína Spike contida nas vacinas é tóxica e causa problemas de saúde. Grupos antivacina têm disseminado mensagens falsas a respeito da proteína S dos imunizantes contra a Covid-19. O texto diz que essas proteínas se espalham pelo corpo e podem provocar doenças cardíacas, infertilidade, danos cerebrais e coágulos sanguíneos. As alegações não possuem qualquer embasamento científico. Além disso, todas as vacinas aprovadas tiveram sua segurança atestada em ensaios clínicos e o material contido nos imunizantes não é capaz de causar replicação ativa do vírus, nem de adoecer o indivíduo.

Fonte: Site do Instituto Butantan

Passando-se à análise do nível narrativo, em um primeiro momento, a *fake news* em questão apresenta um destinador-manipulador, que é o actante que cria o texto publicado em um site. O destinador Laura Loomer produz o texto ancorado em elementos que tentam elevar a “credibilidade” da *fake news*. Abaixo, por meio do recorte da figura 1, é possível identificar.

Figura 5 – Print artigo Vacina contra Covid causa infertilidade feminina

Laura Loomer @LauraLoomer ✓
17 mins ago • 30k

The COVID vaccine is said to cause female infertility.

The Great Reset is a globalist depopulation effort.

Head of Pfizer Research: Covid Vaccine is Female Sterilization

Health & Money News / December 2, 2020 / News

The vaccine contains a **spike protein (see image) called syncytin-1**, vital for the formation of human placenta in women. If the vaccine works so that we form an immune response **AGAINST** the spike protein, we are also **training the female body to attack syncytin-1**, which could lead to infertility in women of an unspecified duration.

- The vaccinations are expected to produce antibodies against spike proteins of SARS-CoV-2. However, spike proteins also contain **syncytin-homologous proteins**, which are essential for the formation of the placenta in mammals such as humans. It must be absolutely ruled out that a vaccine against SARS-CoV-2 could trigger an immune reaction against syncytin-1, as otherwise **infertility of indefinite duration could result in vaccinated women**.
- The mRNA vaccines from BioNTech/Pfizer contain **polyethylene glycol (PEG)**. 70% of people develop antibodies against this substance - this means that many people can develop allergic, potentially fatal reactions

Fonte: Facebook

⁸ Disponível em: <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-fato-fake>. Acesso em: 10/11/2023.

A partir das estratégias que esse destinador-manipulador utiliza para fazer-criar (= fazer-parecer-verdadeiro), o destinatário (o “ator” do nível discursivo, Adriana Oliveira) aceita o contrato fiduciário proposto, ou seja, o interpreta de forma a aceitá-lo diante do compartilhamento dos mesmos objeto-valores: o principal deles, uma posição antivacina. O destinador utiliza-se do discurso científico para que aquilo que escreve pareça ser verdade. A performance ocorre na medida em que o destinatário, Adriana Oliveira, entra em conjunção com a ideia central do destinador (de que a vacina causa infertilidade) e compartilha esse texto em suas próprias redes sociais, reafirmando-o. O destinatário tornou-se sujeito na performance, por crer serem verdadeiros o discurso e o próprio destinador. Em outras palavras, o destinatário aceitou como bom o contrato proposto pelo destinador, ou seja, os valores propostos pelo destinador lhe interessaram.

Ao aceitar o contrato, esse destinatário passa a agir (disseminar *fake news*). Ele une o texto do destinador inicial ao seu próprio texto para que dê credibilidade à sua opinião, como é possível ver na figura 1. E é claro torna-se destinador por meio de um (novo) fazer persuasivo, utilizando a estratégia da manipulação por meio da intimidação, provocada pela falta de conhecimento científico do(a) leitor(a). O jogo de manipulação estabelece-se na medida em que, se o (novo) destinatário tomar a vacina (performance), pode obter a sanção negativa de infertilidade. A aceitação do contrato indica, a priori, um mesmo compartilhamento de objetos-valores entre destinador e destinatário.

Passando-se à análise no nível discursivo, é possível perceber que o enunciador projetado no texto, elimina as marcas da enunciação utilizando a debreagem actancial enunciativa (terceira pessoa). O efeito de sentido que isso causa é o de afastamento da enunciação, da racionalidade, da cientificidade e da verdade. A única frase no texto que remete a uma possível opinião é a primeira: “Isso é muitíssimo sério!”. Mesmo assim, não há marcas da enunciação, há afastamento, mesmo sendo uma frase opinativa.

Como “prova” para sua posição antivacina, o enunciador recupera um texto com um formato que remete a um estudo científico. Novamente, sem marcas da enunciação. O texto traz, consigo, a partir do uso de termos técnicos, afastamento da primeira pessoa e um tom “jornalístico” em terceira pessoa, um ar de cientificidade, de valor de verdade. Todas essas “escolhas” são responsáveis por dar mais credibilidade à *fake news*, são escolhas que dão um efeito de sentido de objetividade, de verdade e de distanciamento.

Aprofundando mais a análise, vemos que todas essas marcas mostram um enunciador, que do ponto de vista temático, nega a vacina, que possui e dissemina uma visão de mundo negacionista. A figurativização auxilia na criação de toda essa percepção:

a mais clara é a suposta imagem da proteína spike presente no texto. A foto da autora (e também seu nome próprio) do artigo científico confere mais credibilidade e faz parecer ainda mais verdade por meio da iconização: uma foto de rosto em que transparece seriedade, credibilidade. Partindo do interdiscurso e referenciando o momento em que vivíamos, o enunciador (autor implícito) remete ao conservadorismo pelo uso das cores da bandeira do Brasil. Temos, além disso, um texto formal: utilização da estrutura de jornal, com data, editoria, fontes serifadas que elevam a seriedade, foto, um autor e selos ao lado da foto que sugerem lãureas, tudo isso fornecendo um tom solene para a *fake news* e tentando afastar a possibilidade de o enunciatário não acreditar no que vê. Com base na imagem do enunciatário/leitor, a notícia é produzida para reforçar o negacionismo da vacina (tema) naqueles que compartilham as mesmas crenças e opiniões e contrapor-se, dialogicamente, aos que acreditam na vacina. Nessa oposição, algo chama a atenção: a notícia nega a vacina, ou seja, em última instância, nega a ciência, mas, ao mesmo tempo, utiliza-se de um artigo científico (mentiroso) como fator argumentativo para negar a vacina. No nível fundamental, enfim, ocorre uma oposição entre saúde e doença.

Do ponto de vista do plano de expressão, é um texto com função utilitária, que vai direto ao conteúdo, o que também carrega a credibilidade própria do corpo jornalístico. Mas não se pode negar que a composição dos elementos visuais jornalísticos/científicos transmite credibilidade para que o texto pareça ser verdade.

3.2 Texto 2 – Anvisa registra 26 óbitos por vacinas nas últimas 24 horas

Figura 6 – Print de Post Anvisa registra 26 novos óbitos⁹



Fonte: Facebook

A notícia da **Figura 6** foi veiculada apenas dois meses após o início da vacinação contra a Covid-19 no Brasil. O texto circulou no Facebook e no WhatsApp distorcendo a interpretação de dados do sistema de farmacovigilância da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o VigimEd.

Diante das notícias falsas, a Anvisa publicou uma nota esclarecendo que “os dados públicos de notificações do uso de vacinas para covid-19 não indicam qualquer relação das vacinas com eventos adversos graves ou óbitos no País.” (Gov.br, 2021).

Neste caso, o que ocorreu foi o uso de dados de forma descontextualizada levando à interpretação e conclusão falsas. Ainda segundo a nota, não havia tido, até então,

⁹ Disponível em

<https://www.facebook.com/adrianaschmitz2011/posts/pfbid0NwPwsmsjBLNhL5M1cstMT53T5kUd4cya66fdj7UHmZ7DkzV8kKfnfWBFDnDeUuKsl>. Acesso em: 12/03/2023.

alteração do risco e benefício das vacinas em uso no País. Essa avaliação, chamada de benefício-risco, leva em consideração diversos fatores, entre eles um grande conjunto de informações e registros fornecidos pelos usuários do Sistema Único de Saúde, relatórios das fabricantes de vacinas, modelo matemático da Organização Mundial da Saúde (OMS), compartilhamento de informações entre autoridades de saúde e regulatórias e diálogo dos especialistas.

Vejamos, a seguir, a *fake news* que circulou nas redes sociais, grupos de Whatsapp, no Telegram e outros canais.

O Instituto Butantan também a desmentiu, conforme mostra a figura a seguir:

Figura 7 – Desmentido oficial Brasil registrou 26 óbitos por reações à vacina¹⁰



#FAKE Brasil registrou 26 óbitos por reações à vacina. Essa informação não é verdadeira. Até o momento, não há qualquer relato de eventos adversos graves ou óbitos causados por qualquer uma das vacinas contra a Covid-19 aprovadas pela Anvisa, como é o caso da vacina do Butantan.

Fonte: Site do Instituto Butantan

Passando-se à análise do nível narrativo, em um primeiro momento, a *fake news* em questão apresenta um destinador, que é o que cria/produz o texto. Trata-se do site Estudos Nacionais (“ator” do nível discursivo). A partir das estratégias que esse destinador-manipulador utiliza para fazer-fazer e fazer-creer, o destinatário, neste caso, aceita o contrato fiduciário proposto, ou seja, o interpreta de forma convincente e passa a aceitá-lo. O destinador, a fim de manipular o destinatário, utiliza-se do discurso jornalístico e de dados estatísticos para parecer-ser verdade a informação que repassa. Novamente, uma performance positiva ocorre na medida em que o destinatário compartilha esse texto em suas próprias redes sociais, reafirmando-o. O destinatário tornou-se sujeito na performance, por crer serem verdadeiros o discurso e o próprio destinador, ou seja, por se deixar manipular. Mais uma vez, como na *fake news* anterior, o destinatário-sujeito se torna também destinador, aquele que dissemina a notícia falsa. Ele une o texto do destinador inicial ao seu próprio texto para que dê credibilidade à sua opinião, como se vê na figura 4. Nesse caso, a manipulação se dá por meio da intimidação:

¹⁰ Disponível em: <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-fato-fake>. Acesso em: 09/11/2023.

óbitos provocados pela vacina, o que induz o destinatário a entender que, ao tomar a vacina, pode sofrer uma sanção negativa de morte.

No nível discursivo, o enunciador, na primeira frase do texto, utiliza a debreagem actancial enunciativa, chamando a atenção diretamente do enunciatário e criando um efeito de sentido de proximidade: “A imprensa famosa esconde de você”. O enunciador cria um inimigo em comum para fazer-creer na sua versão, valorizando a mídia “menos famosa”, essa, sim, que “tem credibilidade” para mostrar a “verdade”. A seguir, utiliza-se da debreagem actancial enunciativa (terceira pessoa), característica do próprio texto jornalístico. Dois efeitos de sentido são percebidos. Na primeira frase, de proximidade: é emitida uma opinião velada, quase que cochichando ao ouvido do destinatário: – “Olha o que estão escondendo de você”. Como aquele amigo que chama a atenção para o que o outro não vê. No restante do texto, as marcas são de objetividade, de imparcialidade que qualquer notícia pretende oferecer, sem marcas da enunciação. O texto começa com autor, data, horário, um simulacro de jornal, título e segue com uma estrutura de notícia. Mais uma vez, como no caso anterior, o discurso jornalístico é utilizado para dar mais credibilidade à *fake news*. A última frase do post exala contradição: “A sua melhor arma é a informação. Se informe e lute!”. Uma contraposição clara entre a primeira frase: a “imprensa famosa” não possui credibilidade *versus* a imprensa menos famosa, que, na visão do enunciador, possui credibilidade.

Do ponto de vista temático, o enunciador reforça sua crença negacionista contra o cientificismo, que é próprio de quem acredita no poder de proteção das vacinas. A imagem do enunciador (autor implícito) demonstra seu negacionismo; o que é enunciado fornece objetividade ao discurso, tornando-o digno de ser factível, afinal é um texto jornalístico com tom de imparcialidade. A imagem projetada do enunciatário, por um lado, é a daqueles que compartilham a mesma crença e, por outro, a dos que acreditam que a vacina não é tão confiável assim, mas não estão ainda muito convencidos disso: “se informe e lute”.

No nível fundamental, o enunciado se utiliza da oposição entre vida e morte: tomar a vacina pode significar morrer; não tomar é a proteção contra a morte. E no plano da expressão, o texto é utilitário, mas carrega consigo o formato de compartilhamento de links de artigos/blogs/textos informativos de sites, o que gera (ou deveria gerar) ao olhar do enunciatário o ar solene do conteúdo jornalístico, com efeito de sentido de objetividade. Encerrando esse texto, chamamos a atenção novamente para o fato de que ele foi retirado do site Estudos Nacionais, como mostra a figura a seguir.

Figura 8 – Print do Site Estudos Nacionais¹¹

Fonte: Site Estudos Nacionais

3.3 Texto 3 – Vacinas causam sintomas de câncer

Figura 9 – Print Mulher com sintomas de câncer¹²

Fonte: Site G1

Mais uma *fake news* (Figura 9) que circulou pelas redes sociais, em aplicativos de mensagens e em sites antivacinas. A versão inicial do texto foi publicada em inglês e traduzida para o português. De acordo com o portal de notícias G1, o texto desvirtua a indicação feita por um médico do Intermountain Medical Center, localizado em Murray (UT), nos Estados Unidos, de que as mulheres fizessem exames de mamografia antes de

¹¹ Disponível em: https://www.estudosnacionais.com/30957/anvisa-registra-26-novos-obitos-por-vacinas-nas-ultimas-24-horas/?fbclid=IwAR0BBrW7YDxO_FEAm-dvhEYutve-vZvsGb3kvLFWm5Q3vfTSqayR-w15IUw. Acesso em: 10/01/2024.

¹² Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/13/e-fake-que-vacina-contra-a-covid-19-provoca-cancer-de-mama.ghtml>. Acesso em 05/03/2023.

tomarem a vacina. Isso porque um estudo teria apontado que exames feitos após se tomar a vacina poderiam resultar em falso positivo para câncer de mama. Ou seja, não é a vacina que causa câncer.

Ainda no sentido de desmentir o boato, o portal de notícias G1 conversou com o oncologista Rafael Kaliks, diretor científico do Instituto Oncoguia. De acordo com ele, há chances de qualquer vacina provocar reações nos linfonodos, gânglios que podem aumentar um pouco de tamanho. E quando se faz uma mamografia, o raio-X consegue ver esses linfonodos e, portanto, não é possível saber se estão aumentados devido à vacina ou porque há um câncer. É um elemento que pode confundir o diagnóstico, mas não há nenhuma chance, ainda segundo o médico, de que a vacina cause câncer. Em alguns hospitais, inclusive, foi adotado um novo procedimento para mamografias, suspendendo o exame quatro semanas depois da aplicação da vacina. Essa *fake news* também foi desmentida pelo Instituto Butantan, como destaca a figura a seguir.

Figura 10 – Desmentido oficial Vacina causa câncer de mama¹³

 **#FAKE Vacina contra o novo coronavírus causa câncer de mama.** As informações repassadas em grupos antivacina, de que o imunizante contra a Covid-19 pode causar tumores de mama, são falsas. O que acontece, de acordo com estudos realizados, é que após tomar uma vacina pode haver um inchaço temporário dos linfonodos. Se precisar fazer uma mamografia, é recomendado que se agende antes de receber o imunizante ou após quatro semanas - período que demora para os linfonodos voltarem ao normal.

Fonte: Print Site do Instituto Butantan

No nível narrativo, a *fake news* em questão apresenta um destinador, que é o que cria/produz o texto, inicialmente publicado em inglês em um site antivacina. Os destinatários possíveis são muitos. Mas um destinatário claramente aderiu ao contrato fiduciário a partir de seu fazer interpretativo, ao traduzir o texto para o português e disseminá-lo em outro site, agora brasileiro, tornando-se sujeito de uma performance e, em seguida, um novo destinador ao veicular a *fake news* em um site brasileiro, visando manipular os destinatários-leitores. É interessante perceber que os dois textos foram veiculados em formato de notícia, em ambas as línguas, revelando como tal formato confere credibilidade a ponto de fazer com que o contrato seja aceito pelos destinatários. Trataremos disso mais adiante, no nível discursivo e no plano da expressão. O jogo de

¹³ Disponível em: <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-fato-fake>. Acesso em: 08/10/2023.

manipulação também foi estabelecido nessa *fake news* por meio da intimidação: tomar a vacina poderia gerar a sanção negativa de desenvolver câncer.

Seguindo para o nível discursivo, constatamos, mais uma vez, que o enunciador elimina completamente as marcas da enunciação. O texto é produzido em debreagem enunciativa em terceira pessoa. Como já foi dito, essa estratégia provoca o distanciamento do enunciador e produz o efeito de sentido de objetividade, imparcialidade e factualidade.

Do ponto de vista temático, em um primeiro momento, o texto não se mostra negacionista. Apenas pela leitura da *headline*, um leitor menos preparado pode realmente interpretar que se trata de um texto que transmite a verdade. Mas de resto, é clara a intencionalidade em fazer a informação, passada de forma distorcida, parecer-ser-verdadeira. Portanto, é, um texto que exala o negacionismo da vacina, por meio tematização de seus efeitos nefastos para quem tomar a vacina. Afinal, o câncer poderá, com grande probabilidade, levar à morte. Novamente, temos, no nível fundamental, a oposição entre os termos saúde (eufórico) e doença (disfórico), ligados ao fato de o enunciatário tomar ou não a vacina. Nesse caso, porém, diferentemente da infertilidade (texto 1), a doença pode levar a óbito, instaurando uma segunda oposição entre vida e morte (próxima do texto 2).

A imagem do enunciador projetada no texto, demonstra sua intencionalidade de querer enganar por meio de um texto que transmite credibilidade: um artigo próximo ao fazer jornalístico. Lembremos que o enunciador, enquanto autor implícito, é a fonte dos valores disseminados no texto. O tom é próprio do jornalismo. Um leitor mais preparado, se atentaria ao plano da expressão: não é usual o uso de títulos em caixa alta no jornalismo. E foi utilizada a caixa alta exatamente no termo que causa mais impacto: “CÂNCER DE MAMA”. Chama também a atenção a reprodução, na *fake news* brasileira, da mesma foto da falsa notícia original, que simula uma mulher que parece estar em vias de iniciar um exame (mamografia), o que reforça a figura do câncer de mama, relacionado à vacina.

É curioso observar que, assim como no texto 1 e no texto 4, a seguir, a destinatária privilegiada do objeto discurso (enunciatária) é a mulher, o que faz pensar que talvez o público feminino seja mais suscetível às *fake news*, sobretudo quando elas lidam com temas que lhe são caros (fertilidade, maternidade etc.).

3.4 Texto 4 – Vacinas alteram o DNA e fazem crianças nascerem com má formação

Nesta *fake news*, um homem lê uma parte de um documento em que a farmacêutica Pfizer alerta para que todos que tomarem a vacina evitem fazer sexo porque, em caso de uma gravidez, o feto poderia nascer com má formação. Em nota enviada à imprensa e divulgada pelo Portal G1, a empresa afirma que essa é realmente uma exigência feita a voluntários no período de testes da vacina. São normas internacionais e publicamente conhecidas. Ou seja, em qualquer estudo clínico que não prevê a participação de mulheres grávidas, há, obviamente, recomendação para prevenção e sexo seguro. Contudo, não há nenhum registro de nascimento de crianças com má-formação durante os testes. Em etapas posteriores, inclusive, foram feitos testes em gestantes, lactantes e em bebês.

O texto afirma que os bebês nasceriam defeituosos por causa da manipulação genética causada na vacina que usa o RNA mensageiro. De acordo com o virologista Rômulo Neris, ouvido pelo portal G1, o nosso código genético é armazenado no DNA e a vacina é de RNA, que são duas moléculas completamente diferentes. Além disso, os imunizantes não são capazes de transferir material genético.

O post menciona um documento da farmacêutica Pfizer com protocolos dos estudos. Como já dissemos, ele deixa claro que mulheres grávidas não fazem realmente parte dos testes. A *fake news* faz um alerta, sem apresentar dados ou evidências de que a vacina pode, de fato, alterar o DNA e causar danos aos bebês, papel (supostamente) atribuído aos links listados (dois documentos mencionados no vídeo e uma matéria em português sobre o assunto).

O referido vídeo foi divulgado no Youtube, no Telegram, no Facebook e em outros canais. Não vamos nos ater aqui a discutir seu conteúdo. Seria muito extenso, já que o vídeo possui mais de 6 minutos de duração e já expusemos a essência dele na apresentação deste subitem. Apontaremos apenas alguns aspectos.

De qualquer forma, essa notícia falsa foi desmascarada por agências de checagem. A Anvisa e o Ministério da Saúde, como mostra a figura 11, também desmentiram.

Figura 11 – Desmentido oficial Ministério da Saúde¹⁴

Vacina contra Covid-19 altera o DNA humano?

Essa notícia foi publicada em alguns grupos do Telegram e no Twitter (hoje "X"), em 2021. Na época, um trecho de uma entrevista da médica estadunidense Christiane Northrup falava que vacinas de RNA, como a da Pfizer, contra a Covid-19 alteram o DNA humano. De acordo com a Anvisa e o Ministério da Saúde, a vacina RNA não é capaz de alterar o seu DNA porque ela não entra no núcleo da célula. Ela é apenas um mensageiro que estimula a produção de anticorpos contra a doença.

Fonte: Ministério da Saúde

Mas vejamos, a seguir, o post que traz a *fake news* (figura 12):

Figura 12 – Print da *fake news* Vacina altera o DNA¹⁵



Fonte: Facebook

¹⁴ Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-com-ciencia/noticias/2023/outubro/conheca-as-fake-news-mais-recorrentes>. Acesso em: 21/11/2023.

¹⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/carine.r.ferreira/videos/10208242019724387>. Acesso em: 21/03/2023.

Partindo para análise do nível narrativo, a *fake News*, no seu conjunto (post + vídeo), revela três destinatários. O primeiro destinatário é o actante que produz o texto que é publicado em um site e que serve de base para o destinatário Rômulo Maraschin, que aceita o contrato e se torna sujeito da performance. Contudo, para disseminar a *fake news*, ele, agora destinatário, reveste seu discurso por um fazer interpretativo próprio que terá como objetivo produzir um fazer persuasivo que manipulará os próximos destinatários a aderirem ao contrato fiduciário proposto. É o que acontece. No post, o destinatário (o “ator” Carine Rodrigues Ferreira) adere ao contrato proposto, publicando o vídeo em suas redes sociais (performance) para manipular outros destinatários, assumindo, portanto, o papel de destinatário-manipulador. O contrato fiduciário foi rapidamente aceito por vários outros destinatários que passaram a disseminar a *fake news*. Outros documentos e sites, já citados, são mostrados no vídeo e dão base à necessidade de criar um ambiente para o fazer persuasivo.

No que diz respeito ao nível discursivo, o enunciador do post se utiliza da debragem actancial enunciativa (terceira pessoa), no primeiro parágrafo, mas passa, no parágrafo seguinte, ao uso da 1ª. pessoa (debragem enunciativa), o que se mostra um pouco diferente dos textos anteriores. O objetivo é criar uma proximidade com o enunciatário, de modo a repassar-lhe os documentos que “comprovariam” a tese de que as vacinas levam risco às crianças e provocam má formação dos bebês, segundo a Pfizer. São documentos verdadeiros, mas as informações estão fora de contexto.

Em outras palavras, para dar a credibilidade necessária à *fake news*, são utilizados documentos formais que, no entanto, distorcem a realidade e fazem crer na verdade do que se diz. O efeito de sentido criado é de manipulação pelo medo (intimidação). A ancoragem em recomendações médicas e o ajustamento sensorial e emocional entre enunciador e enunciatário fazem com que as operações veridicitórias façam a passagem da falsidade à (suposta) verdade. Esse é um caso típico de fortes efeitos de sentido emocionais e sensoriais que levam multidões a acreditar em discursos mentirosos. Esse, particularmente, envolve crianças com má formação. Quem não se sensibilizaria? É um forte apelo emocional.

Do ponto de vista temático, mais uma vez, estamos diante de um texto negacionista em relação à vacina. No vídeo, a figurativização salta aos olhos. A iconização é clara com a exibição de um enunciador em primeira pessoa, falando diretamente para seu enunciatário. Isso causa proximidade, conexão com o enunciatário, provocando, de forma muito mais ativa e direta, suas crenças e emoções. A persuasão

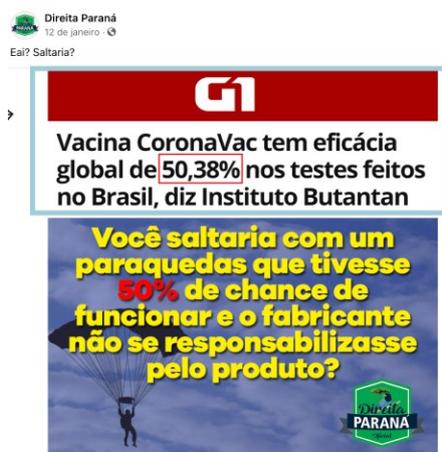
torna-se mais eloquente, com uso de uma linguagem mais emocional e “olho a olho”. A imagem projetada do enunciador, em todas as vertentes do texto-enunciado, fazem transparecer seu caráter negacionista. O texto aqui não é completamente formal. Pelo contrário, tenta ser mais próximo do enunciatário, ainda mais tomando por base a imagem de um auditório que quer mostrar para o mundo o discurso de negação da vacina, ou seja, quem já compartilha essa visão com o enunciador.

No nível fundamental, a categoria semântica de base se constrói na oposição entre saúde e doença tanto no vídeo quanto no post, assim como observamos em textos anteriores. No plano da expressão, o texto do post vai direto ao ponto: é utilitário. Mas dois aspectos são importantes: primeiro, o vídeo em si; em segundo lugar, os links. Eles geram a intuição de que o conteúdo possa, sim, ser verdade. Links, principalmente em inglês, podem despertar certa credibilidade, mesmo que as pessoas não cliquem neles. Seria a prova concreta de que o que se fala no vídeo pode ser verdade.

3.5 Texto 5 – Eficácia da vacina e interpretação equivocada

A partir da divulgação, em veículos de comunicação, da eficácia das vacinas, ou seja, dos percentuais de eficiência de cada uma delas a partir dos testes clínicos feitos no Brasil, as redes sociais e aplicativos de mensagens foram inundados com publicações que colocaram em dúvida os números e faziam comparações sem nenhum sentido, mesmo utilizando os dados verídicos de percentuais de eficiência. É o caso do post abaixo.

Figura 13 – Print da *fake news* Eficácia da vacina¹⁶



Fonte: Facebook

¹⁶ Postagem excluída.

O texto recorre a uma analogia para sugerir que tomar a vacina é o mesmo que pular de paraquedas sem a certeza de que ele funcionará. Contudo, os dados mostram que a eficácia de 50,38% significa, na verdade, que uma pessoa que não toma a vacina tem um risco dobrado de chances de desenvolver Covid-19. Tomar a vacina, portanto, significa sempre estar mais protegido, ou seja, transformar uma doença que pode ser fatal em algo mais brando e de tratamento mais fácil. De novo, o post é uma *fake news* na medida em que, embora apresente uma manchete de jornal verdadeira, faz uma comparação equivocada, já que tomar a vacina significa sempre estar mais protegido e não se arriscar.

No plano narrativo, o destinador correlaciona um elemento real, o título da matéria jornalística, a uma pergunta logo abaixo em um jogo de manipulação. O fazer persuasivo se utiliza do fato de que ninguém, em sã consciência responderia sim para a pergunta proposta. Por consequência lógica, por que se tomaria a vacina se ela tem eficácia de apenas 50%, o mesmo risco que se correria ao pular de um paraquedas se ele tivesse 50% de chance de não funcionar? O destinatário é quem navega pelas redes sociais e que pode ou não aderir ao contrato proposto pelo destinador. Naturalmente, o que se espera é que ele se deixe manipular.

Analisando o plano discursivo, constatamos que o enunciador estabelece uma comunicação direta com o enunciatário, criando uma conexão enunciativa que gera um efeito de proximidade, quase como uma recomendação cautelosa: "Cuidado, se eu fosse você, não arriscaria o salto." Isso implica explorar o raciocínio lógico do enunciatário e sua capacidade interpretativa, exemplificados na frase: "Cuidado, se eu fosse você, não tomaria a vacina." A primeira sentença desempenha também o papel de provocação ao narratário, instigando-o com a pergunta: "E aí? Você arriscaria o salto?" Nessa indagação em destaque, o uso do "você" evidencia uma debreagem actancial enunciativa, representando um "eu" que se dirige a um "tu". O enunciatário menos crítico, que aceita passivamente o que lê, acaba por estabelecer uma interpretação que relaciona os dois enunciados, sendo induzido a concordar se não questionar o enunciado-pergunta. Para conferir credibilidade à questão que compara duas figuras que têm pouco em comum: paraquedas e vacinas, a *fake news* se vale de uma manchete de um dos principais portais de notícias do Brasil, o G1. Contudo, ao mesmo tempo em que tenta fortalecer o argumento via comparação, constrói uma sutil descredibilização da vacina.

Do ponto de vista temático, o texto revela um enunciador cético em relação à eficácia da vacina. A estratégia central é estabelecer uma analogia entre a eficácia da

vacina e a confiabilidade de um paraquedas, utilizando-se um recorte da manchete do Portal G1 como ponto de partida. Isso sugere implicitamente a categoria semântica de base (nível fundamental) vida *versus* morte: tomar a vacina equivaleria a se arriscar em um salto de paraquedas sem confiabilidade, o que remete também a oposição segurança *versus* risco.

A imagem do enunciador (autor implícito) é nitidamente delineada pela escolha deliberada de disseminar a informação por meio da página do Facebook intitulada "Direita Paraná". Essa escolha editorial não apenas revela uma clara inclinação conservadora de direita, mas também indica uma possível agenda política por trás da divulgação seletiva de dados, reforçando o tema do negacionismo em relação à eficácia da vacina Coronavac. A estratégia utilizada busca um apelo emocional ao associar a eficácia da vacina a uma situação de risco iminente, representada pela figura do paraquedista. A pergunta provocativa em amarelo e o número 50% em vermelho, "Você saltaria com um paraquedas que tivesse 50% de chance de funcionar e o fabricante não se responsabilizasse pelo produto?", procura instigar o medo e a desconfiança, conectando-se emocionalmente com as apreensões do público em relação à segurança da vacina. O enunciador, neste caso, não apenas distorce a informação, ao apresentar apenas uma parte da notícia original, mas também incorpora elementos visuais, como a imagem do paraquedas e a pergunta, para impactar a percepção pública, sugerindo que a taxa de eficácia de 50,38% é motivo suficiente para evitar a imunização.

No plano da expressão, a linguagem utilizada é marcada pela clareza e impacto visual. A página do Facebook, denominada "Direita Paraná", adota uma abordagem estratégica ao pegar um recorte da manchete do Portal G1 e vincular essa informação à figura do paraquedas e à pergunta provocativa. Essa abordagem visa capturar a atenção do leitor de forma imediata, aproveitando a popularidade e a influência das redes sociais para disseminar a mensagem, que é retirada de seu contexto original e recontextualizada. A estratégia discursiva combina apelos emocionais, manipulação informativa e uma analogia provocativa para influenciar a opinião pública por meio da disseminação de notícias falsas.

3.6 Texto 6 – Morte de idosos

A *fake news* a seguir utiliza uma publicação verdadeira da *Revista Veja* sobre a morte de idosos noruegueses após tomarem a vacina da Pfizer. A notícia falsa não se

refere a esse fato, especificamente, que ocorreu. Contudo, após investigação da agência de saúde norueguesa, a Noma, foi descartada a ligação da vacina com as mortes dos idosos. A Organização Mundial da Saúde também fez uma investigação e chegou à mesma conclusão. A notícia falsa se refere, então, à montagem que insinua que a vacina faria parte de uma conspiração envolvendo o bilionário e dono da Microsoft, Bill Gates. A notícia real foi manipulada com a inserção/montagem das imagens de Bill Gates. Poucas semanas depois, uma nova *fake news* circulou afirmando que a vacina da Pfizer havia sido atualizada com um chip da Microsoft (Figura 14).

Figura 14 – Print da montagem da *fake news* Bill Gates

The image is a composite of two parts. On the left is a screenshot of a news article from 'veja' with the headline 'Noruega tem ao menos 13 idosos mortos após receberam vacina da Pfizer'. The article text discusses reports from the Norwegian Medicines Agency regarding adverse reactions to the Pfizer vaccine. On the right is a screenshot of a Facebook post from 'Apocaclick' dated January 16. The post contains a collage of images: Bill Gates, a man in a blue shirt, and a group of people. Handwritten-style text is overlaid on the collage, including 'GESTA MAFIÓTICA DA MÃO OCULTA' and 'Lembrem-se que no início da pandemia do COVID-19, a grande maioria dos mortos eram idosos!'. The post also includes a link to a Facebook story and a comment from the author stating they do not trust Chinese or Oxford vaccines.

Fonte: Facebook

No plano narrativo, o destinador tenta manipular o destinatário unindo duas informações para criar o texto: uma verdadeira e outra falsa. A verdadeira é a matéria jornalística da *Veja*. A falsa é que o “Tribunal no Peru acusa bilionários Bill Gates e

George Soros de fabricarem o novo coronavírus”. As fotos também são verdadeiras, mas foram retiradas de contexto e “coladas” ao lado da notícia. Vê-se que o post possui 249 compartilhamentos, ou seja, muito provavelmente, de destinatários que aderiram ao contrato fiduciário.

No plano discursivo, o enunciador emprega estratégias para construir uma história persuasiva e conspiratória. Isso pode ser percebido em frases sugestivas, tais como "Tio Bill Gates agradece" e "Gesto maçônico da mão oculta". Essas expressões introduzem uma dimensão subjetiva, carregada de ironia e desconfiança em relação a Bill Gates, conferindo um tom pessoal à mensagem. A inserção de uma notícia verídica da revista *Veja*, com a manchete "Noruega tem ao menos 13 mortos após receberem vacina Pfizer," funciona como uma debreagem actancial enunciativa (terceira pessoa), valendo-se de um fato. Entretanto, essa informação real é combinada com elementos fictícios, como fotos fora de contexto de Bill Gates e frases que sugerem conspirações, resultando em uma interpretação distorcida da realidade. Os efeitos de sentido, nesse caso, são criados através da associação de informações verdadeiras e falsas. Ao utilizar como base uma notícia real sobre mortes após a vacinação, a mensagem constrói uma ideia de desconfiança em relação às vacinas, aumentada pela inserção de elementos conspiratórios infundados. Essa abordagem tem o objetivo de influenciar a percepção do enunciatário, levando-o a questionar a segurança das vacinas e a criar associações negativas.

No que diz respeito aos temas, o texto aborda a desconfiança (em relação às vacinas), destacando o incidente na Noruega como um ponto de partida para maquiñar ligações envolvendo Bill Gates. A inclusão de uma falsa acusação de um tribunal no Peru, menos evidente no post, mas presente, amplifica a narrativa conspiratória, inserindo uma ideia que alimenta a desconfiança em relação às figuras públicas que aparecem nas fotos. A figurativização/iconização presente no texto amplifica as ideias acima mencionadas, como as colagens de fotos de Bill Gates fora do contexto original. Essas fotos não apenas atraem a atenção do leitor, mas também contribuem para a criação de associações emocionais e simbólicas que reforçam a mensagem antivacina apresentada.

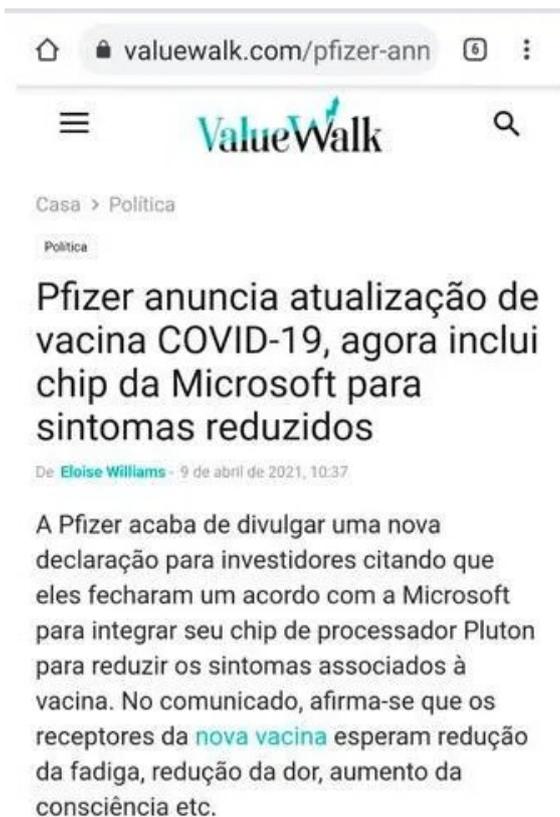
A imagem do enunciador revela-se, de maneira expressiva, ao combinar uma notícia verdadeira da revista *Veja*, destacando os óbitos ocorridos na Noruega após a aplicação da vacina Pfizer, com colagens de fotos de Bill Gates des(re)contextualizadas e a inclusão de teorias conspiratórias infundadas. Essa estratégia cria um discurso de desconfiança em relação às vacinas, utilizando um fato verídico como ponto de partida para introduzir elementos duvidosos e sensacionalistas.

No que diz respeito ao enunciatório (leitor implícito), a abordagem é fortemente emocional e alarmista. Como vimos, a associação de fotos de Bill Gates fora de contexto com frases como "Tio Bill Gates agradece" e "Gesto maçônico da mão oculta", visa instigar o medo e a desconfiança do enunciatório. A inclusão da frase sobre a maioria das vítimas serem idosos no início da pandemia também busca reforçar sentimentos de apreensão, direcionando a reação emocional do enunciatório para uma postura mais cética em relação às vacinas.

No nível fundamental, é possível identificar a oposição vida e morte, elementos que moldam a essência persuasiva da mensagem. A inserção da notícia verdadeira sobre as mortes na Noruega após a vacina Pfizer estabelece uma oposição entre o propósito da vacinação (preservar a vida) e os resultados negativos (mortes), criando desconfiança em relação à segurança das vacinas. Essa oposição é, então, intensificada pela introdução de elementos fictícios, como as colagens de fotos de Bill Gates fora de contexto e as alegações conspiratórias, destacando a oposição entre confiança e desconfiança.

No plano da expressão verbovisual, a linguagem empregada é caracterizada por elementos sensacionalistas, como as colagens de fotos de Bill Gates fora de contexto e as frases sugestivas que apontam para conspirações. A escolha de frases como "Tio Bill Gates agradece" busca ridicularizar o empresário, enquanto a inclusão de termos como "gesto maçônico" reforça a atmosfera conspiratória pretendida. A legenda que menciona falsamente um tribunal no Peru acusando Bill Gates e George Soros de fabricarem o coronavírus enfatiza a narrativa conspiratória de forma enganosa. Na legenda, foram utilizados títulos em caixa alta (em letras maiúsculas), escolha estilística para dar ênfase e chamar a atenção do leitor para as informações ou afirmações. O emprego de letras maiúsculas sugere um tom assertivo e incisivo e leva ao enunciatório um caráter de autoridade e urgência. O uso de títulos em caixa alta não apenas influencia a forma como o conteúdo é visualmente absorvido, mas também desempenha um papel na construção da persuasão.

Semanas após, uma nova *fake news* circulou, como mostra a figura a seguir.

Figura 15 – Print de matéria jornalística do Site ValueWalk¹⁷

Fonte: ValueWalk

3.7 Texto 7 – Testes da Coronavac no Peru causa paralisia nas pernas

Esta *fake news* circulou a partir de dezembro de 2020 por meio de diferentes textos. Na Figura 16, é possível identificar uma matéria jornalística compartilhada por um perfil no Facebook. Na Figura 17, o então prefeito de São Paulo, João Dória, segura uma caixa da vacina Coronavac. Ambas reforçam que testes com a vacina chinesa teriam provocando paralisia nas pernas dos pacientes no Peru e que, por essa razão, esses testes tinham sido suspensos. As duas figuras apresentam notícias falsas.

A informação foi desmentida pelo Ministério da Saúde do Peru. O imunizante que estava sendo testado no país era de outra fabricante chinesa, a Sinopharm. Os testes dessa vacina realmente foram interrompidos por causa de um efeito adverso, contudo não houve comprovação, à época, de que a ocorrência teria sido por causa da vacina.

¹⁷ Disponível em: <https://www.valuewalk.com/pfizer-announces-covid-19-vaccine-upgrade-now-includes-microsoft-chip-for-reduced-symptoms/>. Acesso em: 02/02/2024.

No nível narrativo, o destinador, a fim de manipular o destinatário, toma como base uma notícia divulgada referente à suspensão dos testes de uma vacina no Peru para criar uma *fake news* associando isso à figura do então prefeito João Dória, que segura uma caixa da vacina Coronavac. Nos dois textos, observamos um movimento que se inicia com o destinador-manipulador valendo-se uma notícia com viés negativo sobre vacinas chinesas, objeto-valor com o qual ele quer que o destinatário entre em conjunção, para induzi-lo (o destinatário) a aderir a um contrato fiduciário desfavorável a esses imunizantes, o que dissemina a desconfiança em relação às vacinas e reforça, portanto, o negacionismo.

Figura 16 – Print de post que mostra notícia sobre testes suspensos no Peru¹⁸



Fonte: Facebook

¹⁸ Disponível em:

<https://www.facebook.com/www.esquerdanuncamais/posts/pfbid02ugo8AtA8BWQLJ6pTVUsEVTzhM18ZTrBVXfLh8fvRrLbdNacdRkWhT2YTGCLe86HNI>. Acesso em: 15/04/2023.

Figura 17 – Print da *fake news* João Dória¹⁹

Fonte: Facebook

No nível discursivo, predomina a debreagem actancial enunciativa, com a utilização da terceira pessoa para promover certa credibilidade para a informação, como em uma notícia de jornal. A utilização da hashtag pejorativa #vachina, alegações em caixa alta como "PERIGO DA #vachina" (vachina em azul na figura 16) e a associação de uma foto do então prefeito João Dória com a inscrição "PERU URGENTE: PARA O TESTE DA VACINA CHINESA POR CAUSAR PARALISIA NAS PERNAS" (figura 17) são escolhas que buscam estabelecer uma dominante persuasiva que leva o enunciatário a interpretar os eventos de maneira negativa em relação às vacinas chinesas.

O tema explorado inclui o negacionismo da vacina, amplificado pelo destaque de efeitos adversos sem a devida contextualização. A figura de João Dória, que, na foto, segura a caixa da Coronavac, e a inscrição "URGENTE" em caixa alta com fundo vermelho iconizam a urgência e a gravidade da situação, intensificando a dominante persuasiva. A imagem do enunciador é delineada pela escolha de fontes duvidosas e pela manipulação de informações, sugerindo um caráter tendencioso e uma postura negacionista em relação às vacinas chinesas.

No que diz respeito ao perfil do enunciatário, o uso de termos como "URGENTE" e a associação de uma imagem forte do prefeito João Dória são estratégias para provocar

¹⁹ Disponível em: https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/12/14/verificamos-vacina-suspensa-peru-coronavac-brasil?fbclid=IwAR2_L9dHnF7JxZScikPC1xkMTjTfs3JJXNOpHVNhucT1in2w1jGfscRhiQc. Acesso em: 18/05/2023.

medo e incitar uma reação emocional. A persuasão que visa ao negacionismo é buscada por meio da criação de um ar de desconfiança em relação às vacinas chinesas, levando o enunciário a questionar a segurança desses imunizantes.

No plano fundamental, a categoria que constrói a base do texto é a oposição entre saúde e doença, associada a uma segunda oposição entre segurança e risco. As notícias são apresentadas de maneira a destacar os riscos associados às vacinas chinesas, enquanto minimiza ou omite informações importantes sobre a natureza temporária da suspensão dos testes e as conclusões do Ministério da Saúde do Peru.

No plano da expressão verbovisual, a escolha de caixa alta, de hashtags pejorativas e de elementos visuais impactantes, como a foto de João Dória, contribuem para a construção de uma mensagem persuasiva e sensacionalista. O uso desses recursos visa capturar a atenção do leitor e reforçar a narrativa negacionista sobre as vacinas chinesas.

3.8 Estratégias utilizadas nas produções de notícias falsas

Ao direcionarmos nossa atenção para o corpus analisado, torna-se evidente a presença de características marcantes que permeiam a construção discursiva das *fake news*. Separamos alguns pontos mais relevantes sobre os processos textuais e discursivos, destacando estratégias que convergem para a persuasão e para a desinformação. Essa observação revela não apenas padrões distintivos, mas também uma série de elementos compartilhados entre as diversas *fake news* examinadas. Vamos explorar um pouco essas características, enriquecendo nossa compreensão das técnicas empregadas na produção dessas histórias fictícias e, implicitamente, estabelecendo um paralelo com o discurso midiático tradicional, que já exploramos anteriormente.

3.8.1 Elementos para parecer-ser

Ao examinarmos os textos selecionados, torna-se evidente a presença proeminente de elementos com o objetivo de fazer-crier por meio do fazer-parecer-verdadeiro. No nível narrativo, observamos que os destinadores muitas vezes adotam estratégias para apresentar uma falsa neutralidade, criando a ilusão de uma abordagem imparcial com a incorporação de elementos que aparentam ser objetivos. Isso é claro na utilização de textos jornalísticos, dados, números e referências científicas. Esses elementos do parecer-ser são cuidadosamente escolhidos para reforçar a ilusão de que o conteúdo é

fundamentado em fatos concretos. Ao analisar o corpus, identificamos a presença desses elementos na tentativa de criar uma narrativa que simula a objetividade. Números e estatísticas são apresentados de maneira a parecerem incontestáveis e citações de supostos especialistas são inseridas para fortalecer a impressão de embasamento científico.

No entanto, o que se revela é uma estratégia para distorcer a realidade. Os números são frequentemente descontextualizados, as estatísticas são apresentadas seletivamente e as supostas citações de especialistas carecem de fontes confiáveis. Tudo isso contribui para uma construção enganosa de credibilidade, estratégia que visa influenciar a percepção do enunciatório, por meio de um texto que aparenta seguir a estrutura informativa tradicional, levando-o a acreditar na veracidade do que é dito.

3.8.2 Debreagem enunciva

Uma característica identificada em várias das notícias falsas analisadas refere-se ao emprego, no nível discursivo, da debreagem actancial enunciva, buscando criar uma ilusão de objetividade e imparcialidade (e outros aspectos já comentados). Isso confere às falsas notícias um verniz de factualidade. Nesse processo, os enunciadores aparentam se dissociar do conteúdo apresentado, adotando uma postura que sugere neutralidade e distanciamento.

Esse distanciamento, contudo, é mais aparente do que real. Na análise dos textos, percebemos que os enunciadores, ao se apresentarem como meros relatores dos fatos, almejam conferir uma roupagem de autoridade e de veracidade às informações veiculadas. Essa tática não apenas mascara a subjetividade embutida na construção do texto, mas também busca estabelecer uma relação de confiança com o público, cuja percepção de imparcialidade pode ser comprometida pela exposição clara da posição do enunciator.

Em suma, os enunciadores se apresentam como meros transmissores de informações, muitas vezes utilizando uma linguagem formal e impessoal que cria uma aura de credibilidade. No entanto, um exame mais profundo permite constatar que essa suposta neutralidade é um componente estratégico, parte integrante do arsenal discursivo destinado a conquistar a confiança do enunciatório e a disseminar a desinformação de maneira mais eficaz.

3.8.3 Figurativização e iconização

A figurativização e a iconização, com seus efeitos de realidade e de referente, emergem como ferramentas para produção das *fake news*. O uso de elementos visuais fortalece a persuasão e impacta a percepção dos destinatários. É o caso das colagens de fotos fora de contexto e manipulações visuais destinadas a criar associações emocionais e simbólicas específicas, estratégia particularmente eficaz na transmissão de mensagens enganosas.

No contexto da iconização, observamos a exploração do poder das imagens para reforçar a mensagem veiculada. As *fake news* frequentemente recorrem a fotos, vídeos e outros recursos visuais para conferir um efeito de sentido de verdade ao conteúdo, o que não apenas captura a atenção do enunciatário, mas também busca estabelecer uma conexão emocional com o discurso apresentado.

No corpus que analisamos, é evidente o emprego de figurativizações/iconizações para aumentar a persuasão. Colagens de fotos que associam erroneamente figuras públicas a eventos ou declarações específicas são utilizadas para fortalecer a narrativa das *fake news*. Ao apresentar visualmente uma conexão entre elementos aparentemente distintos, os enunciadores buscam validar suas alegações de maneira mais impactante. A intenção por trás do uso desses elementos é moldar a interpretação do enunciatário, induzindo-o a aceitar as informações apresentadas de maneira mais receptiva.

3.8.4 Tematização

Ao nos debruçarmos sobre as falsas notícias, percebemos que o negacionismo (figurativizado, nesse caso, pela vacina) emerge como uma temática central. A partir de todas as estratégias que já discutimos aqui, principalmente no nível discursivo, notamos que o enunciador, no processo de produção das *fake news*, mobiliza (sub)temas para criar polaridades e explorar oposições ideológicas e abstratas, a fim de alcançar objetivos persuasivos específicos. No contexto do corpus desta pesquisa, o negacionismo torna-se uma temática recorrente, manifestando-se de diferentes formas, desde a minimização da gravidade da pandemia até a contestação da eficácia das vacinas.

Quando os enunciadores das *fake news* questionam a existência da pandemia, minimizam sua severidade ou contestam a eficácia das vacinas, estão, na verdade, valendo-se do negacionismo como ferramenta temática para moldar a interpretação dos

enunciatórios. Essa tematização não se limita à simples escolha de tópicos, mas, sim, à manipulação sutil de conceitos abstratos que invocam emoções, dúvidas e questionamentos.

3.8.5 Diálogos com outros textos/discursos

A intertextualidade (diálogo com textos específicos) e, de forma mais ampla, a interdiscursividade (diálogo com outros discursos) surgem como estratégias importantes na construção de *fake news*, contribuindo para a elaboração de textos persuasivos que se alimentam de diversas fontes. Elas se manifestam quando os criadores dessas notícias fraudulentas incorporam elementos de outros textos/discursos, sejam eles científicos, midiáticos, políticos, ou outros, para conferir ao que dizem uma aparente credibilidade. Assim, os enunciadores se apropriam seletivamente de informações para construir uma falsa sensação de veracidade. O uso da intertextualidade e da interdiscursividade é uma estratégia das mais relevantes que identificamos na análise do corpus. Por isso, destacamos os quatro pontos a seguir, que estão relacionados com elas:

- a) **Apropriação de elementos científicos:** um dos aspectos mais notáveis da interdiscursividade/intertextualidade nas *fake news* é a incorporação seletiva de elementos científicos. Os criadores dessas notícias frequentemente citam estudos ou pesquisas, descontextualizando informações para respaldar suas narrativas distorcidas. Essa apropriação da linguagem científica visa conferir uma falsa autoridade às *fake news*, explorando a confiança que o público muitas vezes deposita em discursos científicos.
- b) **Manipulação de notícias:** os enunciadores das *fake news* frequentemente citam manchetes ou trechos de notícias que realmente são verdadeiras, desviando, porém, seu significado original para se alinhar aos objetivos da desinformação. Ao fazê-lo, buscam capitalizar a confiança associada às fontes de notícias tradicionais.
- c) **Exploração de discursos públicos:** a produção de *fake news* muitas vezes envolve a incorporação de discursos públicos (por exemplo, discursos políticos). Os enunciadores se apropriam de declarações de figuras públicas, distorcendo seu significado original para validar as notícias falsas. A

associação com discursos públicos, particularmente os políticos, visa explorar as divisões ideológicas e polarizar ainda mais as percepções.

- d) **Uso de citações forjadas:** uma tática específica nas *fake news* é a criação de citações forjadas. Os enunciadores muitas vezes atribuem falsamente declarações a especialistas, autoridades ou figuras públicas, conferindo uma máscara de legitimidade à desinformação.

Os fenômenos descritos não apenas refletem a coleta de informações de diferentes fontes, mas também evidenciam a manipulação deliberada desses elementos para criar uma narrativa enganosa. Ao misturar verdades parciais, dados científicos descontextualizados e elementos midiáticos, os criadores de *fake news* constroem um novo discurso (não um novo gênero) que busca ludibriar os enunciatários e minar a confiança nas fontes tradicionais de informação.

3.8.6 Uso de elementos do plano da expressão

O plano da expressão verbovisual desempenha um papel importante no processo de construção das notícias falsas. Essa estratégia abrange a apropriação de elementos de notícias, artigos científicos e recursos estilísticos para simular o suporte original. O uso de termos exagerados, títulos impactantes, elementos em caixa alta, frases e cores provocativas visam capturar imediatamente a atenção do leitor, muitas vezes antes mesmo que ele faça uma avaliação crítica dos fatos apresentados. Essa estratégia no plano da expressão busca gerar uma resposta emocional imediata, contribuindo para a eficácia persuasiva da narrativa.

A utilização de caixa alta, hashtags pejorativas e letras coloridas, entre outras táticas, busca destacar informações específicas, por exemplo. A manipulação visual, como a escolha seletiva de imagens, ressalta aspectos específicos que reforçam a mensagem desejada. O estilo gráfico das publicações em redes sociais também é explorado. A formatação de posts no Facebook, Twitter ou outra rede social, o uso de emoticons e a segmentação em parágrafos curtos podem influenciar a leitura e a interpretação, afetando a resposta emocional do enunciatário. A mimetização de capas de revista, capas de jornais, sites de notícias também é utilizada.

4 CONCLUSÃO

Finalizamos esta dissertação não com a missão de ter esgotado todo o tema acerca das *fake news*. Isso seria impossível. Mas acreditamos ter dado nossa contribuição, principalmente no que tange ao levantamento de alguns mecanismos de construção das notícias falsas, o que pode auxiliar no aprofundamento de outros pesquisadores. Abordamos o complexo tema das *fake news*, reconhecendo que sua presença não está exclusivamente no ambiente digital, mas ressaltando sua intensificação com o advento das tecnologias digitais. A relevância global do tema, evidenciada em eventos como as eleições e a pandemia da Covid-19, nos motivou a fazer uma análise cuidadosa sobre seus mecanismos de construção, utilizando a Semiótica Francesa, que emerge como uma lente teórica valiosa, proporcionando não apenas entendimento sobre a produção de *fake news*, mas também nos fornecendo certas ferramentas para sua identificação.

Além disso, indagamo-nos se as *fake news* na internet constituem um novo gênero discursivo. A partir de uma reflexão sobre a natureza dos gêneros do discurso e sua relação com as *fake news*, pautada em autores como Bakhtin e Marcuschi e auxiliada pela análise semiótica, chegamos à conclusão que não. Portanto, esta dissertação buscou contribuir não apenas para a compreensão teórica, mas também para a abordagem prática de um fenômeno que se revela como uma ameaça constante à democracia, causando, como já dissemos no início do trabalho, repercussões sociais graves. Um das bases da democracia é a informação séria e confiável.

A compreensão das *fake news* demanda uma análise multiforme que transcende as fronteiras da linguagem, adentrando o campo da psicologia, da política e, notavelmente, da tecnologia. A ascensão vertiginosa dessas notícias fabricadas, coincidiu com o advento de plataformas digitais de disseminação em larga escala. A rápida propagação dessas histórias falsas atingiu seu ápice em 2016, marcado por eventos como as eleições nos EUA e o Brexit. A capacidade dessas narrativas enganosas de moldar percepções públicas revela uma conexão entre a disseminação da desinformação e o contexto político global. No entanto, é imperativo salientar que o fenômeno não é meramente uma construção contemporânea; suas raízes podem ser rastreadas ao longo da história, ganhando ímpeto com a revolução da imprensa de Gutenberg, e agora, com a internet, obtendo velocidade e alcance sem precedentes. A interação complexa entre a intenção de enganar, a habilidade de persuasão e a vulnerabilidade do público revela um

desafio constante na busca pela verdade em um cenário saturado de informações distorcidas.

A conjuntura brasileira, marcada pela pandemia de Covid-19 e pela disseminação descontrolada de desinformação, revelou-se como um palco complexo e desafiador. Enquanto a batalha contra a Covid-19 demandava uma resposta urgente das autoridades de saúde em todo o mundo, uma segunda frente de combate se formava contra a infodemia, um fenômeno que rapidamente alcançou os limites da propagação do vírus. Nesse cenário crítico, o Brasil tornou-se um terreno fértil para a proliferação de notícias falsas, amplificando os desafios enfrentados pela sociedade. No entanto, as consequências ultrapassam o âmbito sanitário, permeando as decisões individuais que impactam diretamente a saúde coletiva.

Esse contexto estende-se ao debate sobre *fake news*, ganhando novo protagonismo com o Inquérito das Fake News conduzido pelo Supremo Tribunal Federal (STF) a partir de 2020. Esse inquérito, inicialmente focado na disseminação de notícias falsas, evoluiu para desdobramentos mais amplos, conectando-se aos eventos da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI). A decisão do ministro Alexandre de Moraes de compartilhar o relatório final da CPMI, ocorrida em outubro de 2023, revela uma conexão mais profunda entre desinformação, milícias digitais e ameaças à democracia. O processo ainda não foi julgado e, portanto, ainda há muito o que se pesquisar e entender. O caráter sigiloso do inquérito suscita debates éticos e jurídicos sobre a transparência, enquanto os eventos mais recentes ressaltam a centralidade do Inquérito das Fake News na preservação da democracia brasileira. A análise crítica desses acontecimentos, no contexto desta dissertação não apenas enriquece o debate público, mas também reforça a necessidade premente de se criarem estratégias adaptativas para proteger a integridade democrática e a verdade em meio à complexidade da era digital.

A Economia da Atenção emerge como uma peça fundamental, especialmente no que diz respeito à propagação de *fake news*. Nesse cenário saturado de informações, em que a atenção se tornou um recurso escasso e valioso, a interseção entre a busca incessante por engajamento e os algoritmos personalizados das plataformas digitais cria um terreno propício para a disseminação de desinformação. A coleta intensiva de dados pelas redes sociais, embasada na aparente gratuidade dessas plataformas, converte os usuários no verdadeiro produto, cujas interações e preferências são cuidadosamente analisadas pelos algoritmos para direcionar conteúdos específicos. Essa dinâmica, aliada à propensão humana ao viés de confirmação, cria câmaras de eco algorítmicas que reforçam

perspectivas existentes, contribuindo para a propagação de informações falsas. Enfrentar esse fenômeno global exige uma abordagem interdisciplinar, incluindo esforços regulatórios, ações da sociedade civil e a necessidade de as grandes empresas de tecnologia assumirem certas responsabilidades na moderação do conteúdo. O desafio reside não apenas na definição clara de *fake news*, mas também na busca de um equilíbrio entre a regulação e a preservação da liberdade de expressão, reconhecendo a complexidade do ambiente digital e sua influência na construção coletiva da realidade.

Diante da complexidade das *fake news*, torna-se imperativo abordar sua análise sob diversas perspectivas teóricas. Como já comentamos no início desta seção, a Semiótica Francesa, notadamente as contribuições de Greimas, surge como um referencial teórico-metodológico fundamental para compreender a construção dessas mensagens enganosas. Além disso, ao incorporar a perspectiva dialógica de Bakhtin, reconhecemos que as *fake news* dialogam constantemente com discursos legítimos, buscando ancorar-se em fontes respeitáveis para conferir autenticidade às narrativas. Assim, a intertextualidade e, de forma mais ampla, a interdiscursividade emergem como ferramentas na desconstrução das *fake news*, permitindo não apenas desmascarar a falsidade presente nessas narrativas, mas também compreender as intenções subjacentes dos produtores desses discursos enganosos.

As plataformas digitais e as redes sociais trouxeram consigo uma abordagem descentralizada em que a audiência desempenha um papel ativo na seleção e no compartilhamento de notícias. Essa mudança paradigmática, embora democratize a produção e a disseminação de informações, também apresenta desafios, como a proliferação de *fake news*. As notícias falsas, para atingirem seus objetivos, se apropriam da estrutura da notícia, incorporando valores-notícia e replicando, dialogicamente, características do gênero jornalístico.

Tivemos o cuidado de realizar uma ampla revisão bibliográfica sobre o conceito de *fake news*, com ênfase em seu contexto digital. Ao examinarmos detalhadamente o corpus, destacamos estratégias discursivas que auxiliam a construção das notícias falsas. Observamos a presença marcante de elementos destinados a conferir uma aparência de veracidade aos textos, revelando estratégias deliberadas de persuasão e de desinformação. Para tanto, a partir do nosso conhecimento e da pesquisa feita, julgamos ter cumprido nossos objetivos. Apresentamos, finalmente, alguns tópicos a título de contribuição para que as notícias falsas possam ser desmascaradas.

a) Verificação de Fontes:

- Busca por fontes confiáveis: verificar se a notícia é corroborada por fontes conhecidas e confiáveis.
- Checagem de credibilidade: avaliar a reputação da fonte e se ela tem histórico de produção de informações precisas.

b) Fact-checking:

- Utilização de agências de checagem: recorrer a organizações especializadas em fact-checking para validar a veracidade da informação.

c) Análise do Conteúdo:

- Avaliação da linguagem utilizada: examinar o uso de linguagem sensacionalista, exagerada ou tendenciosa que possa indicar viés.
- Consistência interna: verificar se a notícia é consistente internamente e não contém contradições.

d) Contextualização:

- Investigação do contexto: colocar a notícia no contexto mais amplo para compreender se ela está sendo distorcida ou manipulada.
- Verificação de datas e eventos: certificar-se de que as datas e eventos mencionados na notícia estão corretos.

e) Análise visual:

- Busca por manipulação de imagens: usar ferramentas de verificação de imagens para detectar possíveis manipulações visuais.
- Origem das imagens: verificar a origem das imagens e da fonte utilizadas na notícia para garantir autenticidade.

f) Checagem de Autoria:

- Pesquisa sobre o autor: investigar sobre o autor da notícia para avaliar sua credibilidade e histórico.

- Verificação de redes sociais: analisar as redes sociais do autor em busca de comportamentos suspeitos ou viés evidente.

g) Avaliação do título e manchete:

- Exame crítico do título: avaliar se o título é sensacionalista, exagerado ou projetado para causar impacto emocional.
- Busca por clickbait: estar atento a títulos que buscam atrair cliques sem considerar a precisão da informação.

h) Conscientização sobre vieses pessoais:

- Reconhecimento de vieses pessoais: estar ciente dos próprios vieses e como eles podem influenciar a interpretação da notícia.
- Diversificação das fontes: consumir notícias de uma variedade de fontes para obter uma perspectiva mais equilibrada.

i) Participação em comunidades online:

- Engajamento Construtivo: participar de discussões online de maneira construtiva, contribuindo para a disseminação de informações precisas.
- Denúncia de *fake news*: relatar notícias falsas nas plataformas online para ajudar na sua identificação e remoção.

Ao adotar algumas dessas estratégias, os destinatários estarão melhor equipados para discernir informações autênticas de *fake news*, promovendo uma cultura de informação mais confiável e precisa.

REFERÊNCIAS

A fake etymology of the word “fake,” with deep thoughts on “Fagin” and other names in Dickens. Disponível em: <<https://blog.oup.com/2017/08/fake-fagin-etymology/>>. Acesso em 27/06/23.

ALSINA, Miguel Rodrigo. **La construcción de la noticia.** Barcelona: Paidós, 1996.

ANOLLI, L. **Mentir.** [s.l.] Edições Loyola, 2004.

APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal.** 6. ed. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BARCELOS, *et al.* Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Rev Panam Salud Publica.** 2021;45:e65. Disponível em: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.65>. Acesso em 13/09/23.

BARROS, D. L. P. de. **Teoria do Discurso: fundamentos Semióticos.** 3. ed. São Paulo: Humanitas, 2002.

BARROS, D. L.P. de. **As fake news e as “anomalias.** *Verbum*, v. 9, n. 2, p. 26-41, set. 2020.

BARROS, Diana Luz Pessoa. **Contrato de veridicção: operações e percursos.** *Estudos Semióticos*[online], vol. 18, n. 2. São Paulo, agosto de 2022. p. 23-45. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/esse/article/view/198279>. Acesso em 10/10/24.

BASTOS, C. R. de C. **O blogueiro e as teorias construcionistas.** São Paulo: Observatório da Imprensa, 2007.

BENTES, A. C. Fake news e a produção dos sentidos: o texto além do texto no contexto das guerras híbridas. In: WANDERLY, C.; BENTES, A. C. (org.). **Caderno de resumos do XIV Abralín em cena: fake news e linguagem.** Campinas: Fapesp, 2019.

BRASÍLIA, O. T. **Bomba no aeroporto: Plano era explodir área de embarque do terminal de Brasília** | O TEMPO. Disponível em:

<<https://www.otempo.com.br/politica/judiciario/bomba-no-aeroporto-plano-era-explodir-area-de-embarque-do-terminal-de-brasilia-1.2803015>>. Acesso em 19/11/23.

BRUNS, A. **Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo**. Brazilian Journalism Research, 7 (2), pp.119-140. 2011.

BUCCI, E. News não são fake – e fake news não são news. In: BRUNO, F.; ROQUE, T., PINHEIRO, J.; CRUZ, F. B.; BUCCI, E.; KAUFMAN, D. (Ed.). **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro: Editora Cobogó; 2019. p. 37-48.

BURSHTEIN, S. **The True Story on Fake news**. Intellectual Property Journal, 29(3), 397-447. 2017.

CANCIAN, N. **Fake news atingem 85% das mensagens sobre coronavírus checadas pelo Ministério da Saúde**. Folha de São Paulo, São Paulo, 29 de fevereiro de 2020. Saúde. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/02/fake-news-atingem-85-das-mensagens-sobre-coronavirus-checadas-pelo-ministerio-da-saude.shtml>>. Acesso em 05/04/23.

CARDOSO, G.; BALDI, V. (Coord.). **As Fake news numa sociedade pós-verdade**. Relatórios Obercom. Portugal: Obercom, 2018.

CASTILHO, C. **O papel da curadoria na promoção do fluxo de notícias em espaços informativos voltados para a produção de conhecimento**. 2015. 143f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Trad. Ângela Correa. São Paulo: Contexto, 2006.

Como países estão tentando se proteger dos efeitos das fake news? Disponível em: <<https://www.politize.com.br/regulamentacao-contra-fake-news/>>. Acesso em 04/06/23.

Conheça as leis ao redor do mundo no combate as fake news. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2018/07/13/interna_internacional,97>

3278/conheca-as-leis-ao-redor-do-mundo-no-combate-as-fake-news.shtml>. Acesso em 18/05/23.

CORREIA, J. C. **O admirável mundo das notícias**. Teorias e Métodos. Covilhã: LabCom, 2011.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

DARNTON, R. **The True History of Fake News** | Robert Darnton. Disponível em: <<https://www.nybooks.com/online/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>>. Acesso em 21/01/24.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **Handbook of qualitative research**. Thousand Oaks: Sage, 1994.

DONKERS, T.; ZIEGLER, J. **The dual echo chamber: Modeling social media polarization for interventional recommending**. In: Fifteenth ACM Conference on Recommender Systems, RecSys '21, p. 12–22, New York, NY, USA. Association for Computing Machinery, 2021.

EMEDIATO, W.; MACHADO, I. L.; LARA, G. M. P. (Org). **Teorias do Discurso. Novas Práticas e Formas Discursivas**. Campinas: Pontes, 2011.

FAKE NEWS. In: **DICIO, Cambridge Dictionary**. Reino Unido, 2024. Disponível em <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>. Acesso em: 01/08/2023.

FIORIN, J. L. **A noção de texto em Semiótica**. *Organon*, v. 9, p.163-173, 1995.

FIORIN, J. L. **As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 2. ed. São Paulo: Ática, 2005.

FIORIN, J. L. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. [s.l.] São Paulo Ática, 2006.

FIORIN, J. L. **Sendas e veredas da semiótica narrativa e discursiva**. *D.E.L.T.A.*, v. 15, n. 1, p.177-207,1999.

FLOCH, J. M. De uma crítica ideológica da arte a uma mitologia da criação artística: Immendorf 1973-1988. Trad. M. L. Fury. In: OLIVEIRA, A. C. de (org.). **Semiótica plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004. p. 243-262.

GRADIM, Anabela. **Manual de jornalismo**. Covilhã: UBI. Disponível em www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf. 2000.

GRAMACHO, W. *et al.* **A comunicação no enfrentamento à Covid-19: identificação e monitoramento de desigualdades informacionais em segmentos sob risco**. Participação, Brasília, ano 19, ed. esp., n. 34, p.100-102, nov. 2020. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1_y95_7QMT_wC8vhwQUCJamcPgTvbjtBC/view. Acesso em 21/06/2023.

GREIMAS, A. J. O Contrato de Verificação. **Acta Semiotica et Linguistica**, v. 2, n. 1, p. 211-221, 1978.

GREIMAS, A. J. **Semântica estrutural**. São Paulo: Cultrix, 1973.

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Contexto, 2008 [1979].

HISTÓRICO da pandemia de Covid-19. Pahto.org, 2022. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>. Acesso em 23/02/22.

INQUÉRITO das Fake News ultrapassa cem perfis bloqueados em quatro anos e vira “arma política” de governo e oposição. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/04/inquerito-das-fake-news-ultrapassa-cem-perfis-bloqueados-em-quatro-anos-e-vira-arma-politica-de-governo-e-oposicao.ghtml>. Acesso em: 10/01/2024.

KEYES, R. **Era da pós-verdade. Desonestidade e enganação na vida contemporânea**. São Paulo: Vozes, 2018.

KOCH, Tom. **Thenewsasmyth**. New York, London: Greenwood Press, 1990.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 4ª ed. rev. e ampl. Florianópolis: Insular, 2012. Série Jornalismo a Rigor, Vol. 5.

LAGE, Nilton. **A estrutura e técnica da notícia**. 4. ed. Florianópolis: Insular, 2012.

LIPOVETSKY, G.; SENOY, J. (2015). **A estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. Trad. E. Brandão. São Paulo: Companhia das Letras.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. O jornalismo como produto social de segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989.

MARCUSCHI, L. A. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P. *et al.*(orgs.). **Gêneros textuais e ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. p. 19-36.

MARTÍNEZ, José Luís Albertos. **La noticia y los comunicadores públicos**. Madrid: Pirámide, 1978.

MATTOS, C. **Moraes inclui relatório da CPMI do 8/1 no inquérito das fake news**. Disponível em: <<https://oantagonista.com.br/brasil/moraes-inclui-relatorio-da-cpmi-do-8-1-no-inquerito-das-fake-news/>>. Acesso em 10/10/23..

MOLINA, A. C.; BERENGUEL, O. L. Deepfake: **A evolução das fake News**. Research, Society and Development, v. 11, n. 6, (CC BY 4.0). DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i6.29533> 2022. Acesso em: 05/05/23.

MOLOTCH, Harvey e LESTER, Marlyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos, de rotinas, de acidentes e de escândalos. In Nelson Traquina, (Org.), **Jornalimos: questões teorias e “estórias”** (34-51): Lisboa: Vega, 1993.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. **Histórico da pandemia de COVID-19 - OPAS/OMS** | Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em 21/03/23.

ORTEGA E COSTALES, José. **Noticia, actualidad, información**. Pamplona: Instituto de Periodismo, 1996.

OXFORD Languages. **Word of the Year 2016**. Oxford University Press. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em; 21/03/23.

PIETROFORTE, Antônio V. **Semiótica visual**: os percursos do olhar. São Paulo: Contexto, 2004.

PL das Fake News: como outros países lidam com crimes nas redes sociais.

Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/05/02/pl-das-fake-news-como-outros-paises-lidam-com-crimes-nas-redes-sociais.ghtml>>. Acesso em: 28/10/23.

POSETTI, J.; MATTHEWS, A. **A Short Guide to the History of “Fake News” and Disinformation: A New ICFJ Learning Module.** Disponível em:

<<https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>>. Acesso em 28/10/22.

POST-TRUTH. In: **DICIO, Cambridge Dictionary.** Reindo Unido, 2024. Disponível em <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth>. Acesso em: 11/08/2023.

SCHUDSON, Michael. **The sociology of news.** London NewYork, W. W Norton&Company, 2003.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** São Paulo: Cortez, 2007.

SHOEMAKER, P. J.; VOS, T. P. **Teoria do Gatekeeping.** [s.l.] Porto Alegre: Penso Editora, 2016.

SIMON, H. **Designing Organizations for an Information-Rich-World.** Baltimore, MD: The Johns Hopkins. Press, 1971. Disponível em: <https://perspectivaempreendedora.com/wp-content/uploads/2022/04/designing-organizations-for-an-information-rich-world-herbert-simon.pdf>. Acesso em 09/04/23.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e os seus efeitos.** Coimbra: Minerva Editora, 2000.

SOUSA, José Martínez. **Diccionario de información, comunicación y periodismo.** Madrid: Editorial Paraninfo, 1992.

SPERBER, Dan; WILSON, Deidre. **Relevância: Comunicação e Cognição.** Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

URABAYEN, Miguel. **Estructura de la información periodística**. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1993.