

Maíra Moraes
Vitorino
UNB – Centro-
-Oeste

David Renault
UNB – Centro-
-Oeste

**A irrupção da *fake*
news no Brasil: uma
cartografia da
expressão**

**The outbreak of fake
news in Brazil:
A cartography
of the expression**

**El estallido de noticias
falsas en Brasil:
una cartografía
de la expresión**

RESUMO

Este estudo tem como objetivo construir uma cartografia da expressão *fake news*, em um recorte temporal que identificamos como sua irrupção no Brasil: entre os anos de 2017 e 2018. Anos em que o país vivenciou os períodos pré-eleitoral e eleitoral tendo a *fake news* como uma técnica aprimorada no conjunto de iniciativas utilizadas pelos candidatos e apoiadores para pautar o debate político. Para isso, damos visibilidade aos dados coletados em duas instâncias observadas: a imprensa e o interesse de leitores na busca de notícias on-line. Chegamos ao contexto que um dos principais impulsionadores do acionamento da expressão é Jair Bolsonaro, atual presidente do Brasil que, desde a pré-campanha, usa a desqualificação do jornalismo profissional como uma estratégia discursiva para mobilização da opinião pública.

Palavras-chave: *Fake news*. Cartografia. Brasil. Jair Bolsonaro.

ABSTRACT

The aim of this study is to build a cartography of the expression *fake news*, in a time frame in which we identified as its irruption in Brazil: between the years 2017 and 2018. Years in which the country experienced the pre-electoral and electoral periods having *fake news* as an improved technique in the set of initiatives used by the candidates and supporters to guide the political debate. For this, we give visibility to the data collected in the two observed instances: the press and the interest of readers in the search for news online. We come to the context that one of the main drivers of the expression is Jair Bolsonaro, the current president of Brazil who, since the pre-campaign, uses the disqualification of professional journalism as a discursive strategy to mobilize public opinion.

Keywords: *Fake news*. Cartography. Brazil. Jair Bolsonaro.

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo construir una cartografía de la expresión *fake news*, en un recorte temporal que identificamos como su irrupción en Brasil: entre los años de 2017 y 2018. Años en que el país vivenció los períodos preelectoral y electoral teniendo *fake news* como una técnica en el conjunto de iniciativas utilizadas por los candidatos y partidarios para pautar el debate político. Para eso, damos visibilidad a los datos recogidos en dos casos observados: la prensa y el interés de los lectores en la búsqueda de noticias en línea. Llegamos al contexto que uno de los principales impulsores de la expresión es Jair Bolsonaro, actual presidente de Brasil que, desde la pre-campaña, utiliza la descalificación del periodismo profesional como una estrategia discursiva para movilización de la opinión pública.

Palabras clave: *Fake news*. Cartografía. Brasil. Jair Bolsonaro.

Submissão: 24-2-2019

Decisão editorial: 22-5-2019

Introdução

Localizado na contemporaneidade, o conceito de *fake news* tem atraído diversos campos de pesquisa que se mobilizam em busca de uma delimitação do fenômeno. Junto aos acadêmicos, não há consenso na definição do termo, como nos mostra uma breve sistematização da literatura. Burshtein (2017), por exemplo, define a expressão como “um relato fictício relativo aos eventos atuais que são fabricados e muitas vezes intitulados de forma enganosa, com o propósito deliberado de enganar os usuários e motivá-los a divulgar” (p. 399, tradução do autor). A notícia falsa seria escrita, publicada e disseminada com o propósito de influenciar a opinião pública. Também se refere a uma falsidade total para um motivo econômico, isto é, puramente para a geração de receita publicitária. Completa ainda que “embora a notícia falsa seja amplamente entendida para se referir a fatos fabricados que se destinem a se espalhar viralmente¹ on-line, o significado do termo é muitas vezes mal utilizado para se referir a notícias erradas, propaganda, sátira e até fatos com os quais alguém não concorda” (p. 399-401, tradução do autor).

¹ Expressão derivada de “viral” referindo-se a conteúdos publicados on-line atingem grande volume de disseminação e repercussão.

Allcott e Gentzkow (2017) se aproximam de Bursh-tein quando se referem a “artigos noticiosos que são intencionalmente falsos e aptos a serem verificados como tal, e que podem enganar os leitores” (p. 4, tradução do autor). Tandoc et al. (2017) propõem uma tipologia do termo relacionando-o à sátira de notícias, paródia de notícias, notícia fabricada, manipulação fotográfica, publicidade e relações públicas. O que cada tipo guardaria em comum seria a característica que “as notícias falsas se apropriam da aparência e sensação das notícias reais; de como os sites são exibidos; como os artigos são escritos; como as fotos incluem atribuições” (p. 11, tradução do autor).

No campo do jornalismo, encontramos autores que defendem que *fake news* não remetem a um objeto de seus estudos, já que “se é notícia, não pode ser falsa e, se é falsa, não pode ser notícia” (BRAGA, M. 2018, p. 16). Ao mesmo tempo, não há dificuldade em encontramos laboratórios de pesquisas e revistas nesse campo aprofundando seus estudos sobre os efeitos da circulação de *fake news* no ecossistema jornalístico.

E mesmo diante de tanto dissenso, o acionamento da expressão *fake news* e seu próprio acontecimento tem se tornado cada vez mais naturalizado no nosso cotidiano, compondo regimes de verdade sobre a expressão. Verdade que se estabelece por meio de formações discursivas, tecidas na força e no poder de instituições como a imprensa; os poderes executivo, judiciário e legislativo; as organizações não governamentais; as universidades, entre outras, que cotidianamente se referem ao termo nos mais diversos contextos e justificativas.

Em maio de 2018, por exemplo, a população brasileira acompanhou a organização de uma gre-

ve de caminhoneiros, também chamada de Crise do Diesel pela imprensa. A paralisação dos profissionais autônomos marcava-se principalmente como um manifesto contra os reajustes frequentes do combustível realizados pela Petrobras, a estatal responsável pela maior parte da produção, refino do petróleo e distribuição de combustíveis no país. O bloqueio feito nas rodovias na maioria dos Estados afetou a distribuição de alimentos e medicamentos que, pela lei da oferta e procura, tiveram os preços reajustados aos consumidores. A circulação de transporte urbano foi reduzida, assim como os voos domésticos. Pela imprensa lemos que² *informações reais duelam com fake news*³ e que *fake news são combustível para a manutenção da greve*.⁴ Impactado pela disseminação de notícias falsas no período, o então ministro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), Admar Gonzaga, registra que as *fake news* são como um novo tipo de droga. A sociedade deve aprender que usar e passar adiante traz estrago irreparável.⁵

Em outra dimensão, dados do Ministério da Saúde indicavam que, desde 2016, as taxas de imunização da população brasileira vêm caindo. Em 2017, a

² Este estudo relaciona diversas práticas discursivas como materiais de análise. Para a fluidez da leitura, utilizaremos como recurso o itálico sem aspas para indicar que o excerto se encontra nesse conjunto de materiais analisados, indicando na nota de rodapé seu endereço eletrônico. As referências bibliográficas, legislação e outras fontes consultadas seguirão as regras ABNT no sistema autor-data.

³ <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/06/como-o-whatsapp-mobilizou-caminhoneiros-driblou-governo-e-pode-impactar-eleicoes.shtml>

⁴ <https://veja.abril.com.br/blog/maquiavel/fake-news-sao-combustivel-para-manutencao-da-greve/>

⁵ <https://painel.blogfolha.uol.com.br/2018/06/04/ministro-do-stj-vai-tentar-ampliar-debate-sobre-foro-para-chegar-a-regra-geral/>

aplicação de todas as vacinas do calendário adulto ficou abaixo da meta no Brasil sob o risco de doenças já erradicadas retornarem nos anos seguintes. Uma das causas, *para a coordenadora do Programa Nacional de Imunizações, Carla Domingues*, se relaciona à *divulgação das chamadas fake news* nas redes sociais e que, no caso das vacinas, podem causar alarde e assustar a população.⁶ Validando a ideia, o *Ministro da Saúde culpa 'fake News' por queda de vacinação contra gripe entre crianças*.⁷

Seguindo a adesão, o uso da expressão pelas instituições dos poderes legislativo, judiciário e executivo brasileiro ganhou dimensão e força a partir de outubro de 2017, como mostraremos adiante. Nesse mesmo período, a imprensa nacional destacou em suas reportagens a emenda 6/2017, do Projeto de Lei 8.612/2017, conhecido como Reforma Política 2017, que descrevia a dinâmica do processo eleitoral do ano seguinte, cujo resultado definiu quem governa o país nas esferas federal e estadual entre os anos de 2019 a 2022. Com o argumento de combate à *fake News*,⁸ o texto da emenda 6/2017 previa a suspensão de publicações nas plataformas on-line, em no máximo 24h, de notícias consideradas “discurso de ódio, disseminação de informações falsas ou ofensas em desfavor de partido ou candidato publicadas

⁶ <https://veja.abril.com.br/saude/falha-em-vacinacao-ameaca-erradicacao-de-doencas-no-brasil/>

⁷ <https://oglobo.globo.com/sociedade/ministro-da-saude-culpa-fake-news-por-queda-de-vacinacao-contragripe-entre-criancas-22822579>

⁸ O enunciado da emenda não aciona a expressão *fake news*, mas a polêmica gerada pelo texto levou o autor, deputado Aureo Ribeiro, do partido Solidariedade (SD), a diversos canais para, por meio de entrevistas, justificar a proposta. Nessas entrevistas, controle e combate à *fake news* foram a tônica.

na internet" (BRASIL, 2017). Pela emenda não prever ordem judicial para a retirada de conteúdo, foi amplamente criticada por diversos veículos, impresso, on-line, programas de televisão, rádio e *streaming*. Na mesma linha, segmentos da sociedade civil divulgaram notas oficiais pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner) e Associação Nacional de Jornais (ANJ) considerando a matéria "um ato de censura", "inconstitucional" e "antidemocrática". A emenda foi vetada pelo então presidente Michel Temer, no dia 6 de outubro, mas o evento em si contribuiu para a instalação da pauta *fake news* nas instituições governamentais.⁹

Ainda no Congresso Nacional, com a assinatura de 219 deputados e 12 senadores, foi instituída no mês de maio de 2018 a "Frente Parlamentar Mista de Enfrentamento às Fake News", com o objetivo de aprovar projetos de lei (PL) sobre o tema. Esses PLs justificam a criação de novas leis para lidar com o fenômeno, agora compreendido como decorrente do avanço das tecnologias e da ampliação do acesso e uso, por grande parte da população, aos dispositivos tecnológicos, principalmente aplicativos de envio de mensagens e redes sociais.

Outros sugerem alteração no Código Penal com o objetivo de criminalizar a criação, a divulgação e o compartilhamento de notícias falsas (PL 473/2017); alteração na Lei de Segurança Nacional para dispor sobre incitamento, por meio de redes sociais, de crimes contra a segurança nacional (PL 9.533/2018); alterações no Código Eleitoral, para criminalizar a

⁹ Alguns meses depois, em março de 2018, o Conselho do Senado propôs um anteprojeto similar, retirado novamente da pauta.

criação e divulgação de notícias falsas no período das eleições (PL 9.532/2018 e PL 9.973/2017); alteração no Marco Civil da Internet (PL 9.647/2018), entre outros. Nenhum deles foi aprovado antes das eleições de 2018 e parte continua em trâmite na Câmara dos Deputados e no Senado.

De outra perspectiva, durante a campanha eleitoral de 2018, Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL), na data candidato à presidência da República, afirmou, em discurso a apoiadores durante o segundo turno, que *a Folha de S. Paulo é a maior fake news do Brasil*,¹⁰ em resposta a uma série de reportagens do veículo sobre o enriquecimento de sua família nos últimos anos. A expressão também esteve presente nos discursos de outros candidatos. Sobre Marina Silva, por exemplo, a *Folha* disse que *a ex-senadora se ressentia ainda hoje das críticas feitas nos debates e propagandas. Novamente candidata, costuma falar que foram caluniosas e que a campanha petista inaugurou o uso de fake news em eleições*.¹¹

A digressão anterior, trazendo recortes de acontecimentos, buscou dar os primeiros sinais da construção do problema a que este estudo se lança, assim como os artefatos e procedimentos de análise a serem observados. Como e quais são os elementos que fazem que *fake news* atravessem tantas instituições na atualidade?

Para responder à questão, propomos iniciar a elaboração de uma cartografia da expressão *fake news*, em um recorte temporal que identificamos como sua irrupção no Brasil, entre os anos de 2017 e

¹⁰ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/folha-e-a-maior-fake-news-do-brasil-diz-bolsonaro-a-manifestantes.shtml>

¹¹ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/marina-silva-apoia-manuela-apos-roda-viva-e-relembra-critica-de-dilma.shtml>

2018. Anos em que o país vivenciou os períodos pré-eleitoral e eleitoral, tendo a *fake news* como uma técnica aprimorada no conjunto de iniciativas utilizadas pelos candidatos e apoiadores para pautar o debate político, estruturando e sendo estruturado pelos movimentos de polarização da esfera pública digital (ORTELLADO; RIBEIRO, 2018). Nesse ciclo, um levantamento realizado pelo Congresso em Foco (MACEDO, 2018), indica que “das 123 *fake news* encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro”.

Para esta cartografia, que pensa o acionamento da expressão *fake news*, recorremos a uma arqueologia (FOUCAULT, 2008) da expressão em dois territórios que compõem, a nosso ver, uma das principais paisagens em que o termo é empreendido: a imprensa e o interesse de leitores na busca de notícias on-line.

De maneira empírica, significa que construímos nosso *corpus* a partir da observação de: 1) quatro veículos de circulação nacional: *Folha*, *O Globo*, revistas *Veja* e *Época*; e 2) dados analíticos fornecidos por ferramentas do Google sobre a busca de notícias por parte dos leitores conectados.

Elaborar uma cartografia das *fake news* observando essas instituições é um modo de compreender a construção de regimes de verdade sobre a expressão. Ao buscar respostas para a questão “como se constrói uma ideia de verdade?”, Foucault considera que esta não é “o que” se diz e sim “quem” diz em determinado momento histórico. O acontecimento em torno de um evento é uma rede de relações que produzem verdade, temporalidade e espacialidade, que se movimentam entre produções discursivas ligadas às práticas institucionais. Tais práticas compreendem um conjunto ordenado de proposições, instituições e

disciplinas, enunciando os sistemas internos e externos de delimitação de um discurso, como organizadores e dominadores das palavras (MACHADO, 1988, p. 161-185). Um efeito de verdade é alcançado com a naturalização de um processo, quando já não nos perguntamos como aquilo aconteceu.

Assim, entendemos esta cartografia como um passo para a compreensão da dinâmica de naturalização que se estabelece sobre a expressão *fake news*, que nos fornece sinais para o que é e o que está por vir, por meio de forças como a imprensa, a comunicação de um governo ou os dispositivos legislativos. Quando buscamos compreender a formação de um conceito — aqui, a expressão *fake news* no Brasil —, suas formas e práticas que o circundam, não pretendemos chegar a uma gênese, mas sim ao seu movimento de irrupção, de entender o presente contribuindo para o desenho dos feixes de poder que o atravessam e estabelecem modos de subjetivação. É “pensar que os processos geram estruturas tanto quanto as estruturas se realizam em processo” (BRAGA, J. 2006, p. 30).

Com essa perspectiva, apresentamos a seguir como procederemos nossa arqueologia e a partir de que terrenos nossa cartografia será delineada. Em seguida, damos visibilidade aos dados coletados nas duas instâncias observadas: a imprensa e o interesse de leitores na busca de notícias on-line. A partir dessa visibilidade, compreendemos como e por meio de quais acontecimentos a expressão *fake news* irrompe no contexto brasileiro, tendo o atual presidente, Jair Bolsonaro, um dos seus principais catalizadores.

Por que uma cartografia da expressão *fake news*

A ideia de uma cartografia como procedimento de pesquisa vem de reflexões que Deleuze (2005, p. 33) desenvolve a partir de algumas indicações de Foucault, que se referiu à sua arqueologia como cartografia ou geopolítica dos discursos (FOUCAULT, 2006, p. 244-261). Aguiar (2010, p. 6) explica que “a cartografia é um método que busca desenvolver práticas de acompanhamento de processos e para isso se desvencilha de métodos rígidos que buscavam representar o objeto retirando-o de seu fluxo e separando-o do sujeito”.

Assim, produzir uma cartografia, a partir de uma arqueologia parte de compreendermos que a produção de conhecimento e verdade se dá pelos discursos. Para Foucault, o discurso é um conceito abrangente e variável, que atravessa quase todas as unidades históricas tradicionais e atravessa porque tem um nível de existência muito específico. O discurso é um conjunto de enunciados e sua função enunciativa designa aquele aspecto da linguagem pelo qual as declarações se relacionam com outras declarações. Uma enunciação sempre envolve uma posição da qual algo é dito e essa posição não é definida por uma psicologia, mas por seu lugar dentro de (e seu efeito sobre) um campo de discurso em toda a sua complexidade (MACHADO, 1988).

Aproximando-nos dessa compreensão, o que faremos neste estudo é perseguir, pelas margens de algumas instituições, a expressão *fake news* manifesta, nos enunciados efetivamente ditos e/ou escritos por sujeitos que encontram materialidade nas instituições aqui representadas. De certa forma, é cavar e forçar a passagem de um terreno para outro dentro

de rede(s) de relações que liga(m) os discursos que acionam *fake news*, passando também por vestígios de sua superfície de emergência e autoridades de delimitação que contribuirão para a cristalização do conceito – *fake news*, com suas verdades e seus dispositivos em atualização, chegando à paisagem de uma rede de forças às quais nosso conceito se encontra conectado.

Primeiramente, integrando a rede para pensar a arqueologia da *fake news*, trazemos a manifestação da expressão nas notícias publicadas em quatro veículos de circulação nacional: jornais *Folha* e *O Globo*; revistas *Veja* e *Época*.¹²

Em uma segunda paisagem, relacionaremos os dados estatísticos de mecanismos on-line de buscas. Para além do que foi produzido e publicado nos jornais e revistas, é possível hoje, fazendo uso de ferramentas como o *Google Trends*, identificar quantitativamente o que os leitores estão pesquisando. Diversas são as possibilidades de uso desses dados e o que nos interessa aqui é compreender quando notícias sobre *fake news* passaram a ser buscadas pelos usuários dos meios digitais e qual foi o elemento impulsionador.¹³

¹² Para a seleção desse corpus, trabalhamos como base nos relatórios de "Posição e Participação" do Instituto Verificador de Comunicação (IVC), que informam a média de circulação dos jornais e revistas filiados ao órgão, separados em edição impressa, edição digital e o consolidado, referentes ao ano de 2017. Definidos os veículos analisados, optamos por trabalhar com notícias on-line.

¹³ Por trabalhar com proporcionalidade e comparação, os resultados são "vivos" e se alteram periodicamente. A relevância 100 indicará sempre o período com maior volume de buscas, reduzindo comparativamente os resultados anteriores que, em algum momento, foram classificados como 100.

Com esses dois planos de informações traçados, o que podemos afirmar na nossa cartografia?

Fake news: uma cartografia da irrupção no Brasil

Discursos atravessam nosso cotidiano em todos as direções e sentidos. Uma possível captura desses objetos, que por vezes nos escapam, encontra-se na arqueologia. Esse procedimento de escavação em busca de um artefato não é uma ação livre de efeitos, não está “livre do contágio das estruturas discursivas dominantes” encontra-se “pela inserção visceral nessas estruturas: descrevê-las já é roê-las por dentro” (FOUCAULT, 1996, p. 13).

Roer parte das estruturas que sustentam a construção de efeitos de verdade sobre *fake news* para a elaboração de uma cartografia é o objetivo desta parte do estudo. Trazemos, a seguir, dois territórios de produção de sentidos sobre o termo: a do interesse do leitor na busca de notícias e a da manifestação da expressão nas publicações dos principais veículos de circulação nacional.

O interesse do leitor: Trump e Bolsonaro impulsionam buscas

De início, perseguimos a irrupção da expressão *fake news* a partir da experiência do leitor, usuário da internet. Estudos de comportamento e consumo indicam que mecanismos de buscas como o Google têm sido, cada vez mais, a porta de entrada às informações disponíveis na internet, prática que se convencionou chamar ZMOT – *Zero Moment of Truth*. “O momento zero da verdade” (LECINSKI, 2011) se refere a um ponto no ciclo de aquisição de um produto, quando o consumidor pesquisa sobre o item antes da

compra. Partindo da compreensão de que a notícia é um produto, recorremos a essas práticas de análise para abarcar a construção de uma superfície de emergência: quando e com que motivação sujeitos buscam informações sobre *fake news*?

Antes de respondermos a essa questão no contexto brasileiro, trazemos os dados do *Google Trends* utilizando o filtro “mundo”, isto é, em todos os países em que a ferramenta é empregada, quando e com que motivação se busca informações sobre *fake news*?

No Gráfico 1, uma reprodução do resultado na ferramenta, encontramos a tendência de busca do termo nos últimos quatro anos (2014 a 2018). Ao resultado inserimos quatro linhas verticais que consideramos interessante para a nossa análise.

Na linha 1, temos o crescimento no volume de buscas com a expressão “fake news”, no período que data da última semana do mês de outubro de 2016, precedente às eleições dos Estados Unidos, realizadas no dia 8 de novembro.

Refletindo uma das semanas em que o termo foi mais procurado, temos a linha 2, de 8 a 14 de janeiro de 2017. Nessa semana, no dia 11 de janeiro, durante uma coletiva de imprensa, Donald Trump, presidente dos Estados Unidos, evocou a expulsão do jornalista da CNN Jim Acosta, chamando-o de *fake news*, após o profissional lhe dirigir uma pergunta sobre imigrantes nos Estados Unidos. No período, se destaca a busca “cnn fake news”.

Exatamente um ano depois, temos a linha 3, de 8 a 14 de janeiro de 2018. Essa linha conta uma história iniciada novamente por Trump que, no dia 2 de janeiro, publicou no Twitter o que chamou de “Fake News Awards”, prêmio, segundo ele, dedicado à mí-

dia “mais desonesta e corrupta do ano”.¹⁴ O evento foi adiado e o anúncio foi realizado no dia 17 de janeiro, levando milhões de usuários da internet a realizarem buscas com as palavras “trump award fake news” nos dias anteriores.

Gráfico 1: Busca do termo fake news no mundo entre 01/01/2014 a 31/12/2018.



Fonte: Reprodução de resultado da ferramenta Google Trends para a busca da palavra-chave “fake news”, nos filtros “notícias” e “mundo”. Dados coletados em: 17/01/2019.

Os Estados Unidos são o país com maior volume de buscas sobre o termo no mecanismo do Google, seguido de Singapura, Filipinas, Canadá, África do Sul, Noruega, Irlanda e Brasil. E mesmo sendo o oitavo colocado, foram as buscas no Brasil que provocaram o principal volume de pesquisas no período de 7 a 13 de outubro de 2018. O interesse por “urnas eletrônicas fake news” e “fake news manuela davila” foram os termos mais procurados.

Previamente a esse período, foram diversos os momentos em que o então candidato Jair Bolsonaro questionou a confiabilidade da urna eletrônica utilizada nas eleições brasileiras. *Por 6 votos a 1, o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) determinou [...] a retirada*

¹⁴ “I will be announcing THE MOST DISHONEST & CORRUPT MEDIA AWARDS OF THE YEAR on Monday at 5:00 o'clock. Subjects will cover Dishonesty & Bad Reporting in various categories from the Fake News Media. Stay tuned!”

*de 55 links com vídeo em que o presidenciável Jair Bolsonaro (PSL) coloca dúvidas sobre a lisura do sistema de votação da urna eletrônica,*¹⁵ dando 24 h para o Google e Facebook removerem os links. Na manifestação do voto, o ministro Alexandre de Moraes afirmou que: *não há nenhuma comprovação real de fraudes. Há boatos, desde a outra eleição, agora os boatos se transformaram em fake news.*¹⁶

O mesmo tribunal, dias antes, *manda o Facebook derrubar 33 fake news sobre Manuela D'Ávila,*¹⁷ então candidata à vice-presidência na chapa de Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT) em oposição a Bolsonaro (PSL). Alguns desses links traziam informações checadas pela Agência Lupa,¹⁸ como uma imagem manipulada da candidata usando uma camiseta com a frase "Jesus Cristo é travesti" e frases atribuídas a ela como "O cristianismo vai desaparecer. Vai diminuir e encolher. (...) Nós somos mais populares do que Jesus neste momento".

Com o Brasil já se destacando na busca mundial da expressão *fake news*, nos propomos realizar o exercício considerando o volume de buscas do termo apenas no país, apresentado no Gráfico 2.

No contexto nacional, o aumento do interesse e buscas de notícias com a expressão (linha 1) se

¹⁵ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/tse-determina-a-retirada-de-55-links-em-que-bolsonaro-coloca-urna-eletronica-em-duvida.shtml>

¹⁶ <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/tse-determina-a-retirada-de-55-links-em-que-bolsonaro-coloca-urna-eletronica-em-duvida.shtml>

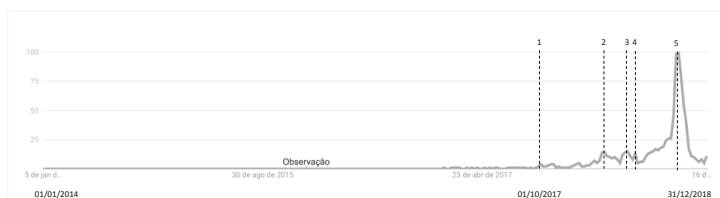
¹⁷ <https://veja.abril.com.br/politica/tse-manda-facebook-derrubar-33-fake-news-sobre-manuela-davila/>

¹⁸ A agência Lupa se define como a primeira agência de *fact checking* do Brasil e tem a Editora Alvinegra (revista *Piauí*) seu principal investidor.

marca na última semana de setembro e início de outubro, momento que relacionamos com a Reforma Eleitoral, trazida na Introdução deste estudo. Na linha 2, temos um pico relativo à semana de 18 a 24 de março de 2018, período em que a disseminação de notícias falsas sobre a vereadora do Rio de Janeiro Marielle Franco, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), assassinada no dia 14 de março, começa a se materializar. Um comportamento similar pode ser relacionado à semana de 27 de maio a 2 de junho de 2018 (linha 3), refletindo o evento da greve dos caminhoneiros entre 21 de maio e 2 de junho de 2018.

A linha 4 sinaliza o período de duas semanas, entre 22 de junho de 2018 a 4 de agosto de 2018, quando também identificamos o aumento no interesse pela expressão, alguns fatores combinados podem justificar esse resultado. Esse período reflete um aumento quantitativo na produção de notícias sobre as eleições brasileiras e, junto a isso, *fake news* foram anunciadas por especialistas como possível tema do ENEM – Exame Nacional do Ensino Médio. As principais buscas foram “o que é *fake news*” e “*fake news* redação”.

Gráfico 2: Busca do termo *fake news* no Brasil entre 01/01/2014 a 31/12/2018.



Fonte: Reprodução de resultado da ferramenta Google Trends para a busca da palavra-chave “*fake news*”, nos filtros “notícias” e “Brasil”. Dados coletados em: 17/01/2019.

O último período que destacamos no Gráfico 2 (linha 5) reflete o contexto já descrito no Gráfico 1. Na semana de 7 a 13 de outubro, seguinte à votação do primeiro turno, o Brasil foi o impulsionador mundial no aumento de volumes de busca sobre *fake news*. As buscas se relacionaram a “fake news eleições 2018”, “urnas eletrônicas fake news”, “denunciar fake news”, “fake news kit gay”, “fake news urnas”.

Dessas cinco variáveis que mais impulsionaram as buscas no período, todas se relacionam ao processo eleitoral e três foram diretamente fomentadas por discursos do então candidato Jair Bolsonaro que, diversas vezes durante a campanha, questionou a confiabilidade da urna eletrônica. Na mesma direção durante o domingo de votação (07/10/2018), circularam nas redes sociais vídeos de eleitores registrando supostos erros na urna que, de acordo com as imagens, se autocompletavam com o número do candidato do PT, concorrente de Bolsonaro. As autoridades responsáveis pela segurança do processo eleitoral consideraram os vídeos fraudulentos e, antes da votação do segundo turno, o TSE determinou a exclusão, em diversos sites, de vídeos em que Bolsonaro criticava as urnas eletrônicas, alguns, inclusive, incitando a população a registrar, por meio de imagens, mesmo que ilegalmente, seus votos.

A construção social em torno do “kit gay” também foi uma estratégia da campanha de Bolsonaro em ataque ao adversário Fernando Haddad. Haddad foi ministro da Educação entre os anos de 2005 e 2012, durante a maior parte do governo Lula (2003-2011) e parte do governo Dilma (2011-2016). O referido material fazia parte do projeto “Escola sem Homofobia”, voltado à formação de educadores,

dentro do programa Brasil sem Homofobia, lançado em 2014 pelo governo federal. Mesmo sem a previsão de distribuição aos alunos, a narrativa construída pelo candidato Bolsonaro, buscando votos de conservadores e setores religiosos, afirmava que o conteúdo ofendia valores cristãos e da família dizendo que *não se aprende nada na escola, é filme de menino se beijando, filme de menina se acariciando*.¹⁹ Após as eleições, uma pesquisa IDEIA Big Data/Avaaz (AVAAZ, 2018) indicou que 83,7% dos eleitores de Jair Bolsonaro acreditaram nos argumentos do então candidato sobre a existência do “kit gay”.

Jornais e revistas: ataques e defesas entre *Folha* e Bolsonaro

Em outra dimensão, torna-se interessante pensar, como as *fake news* têm se tornado noticiável. Mudando a fonte da informação – do interesse do leitor para a manifestação da expressão nos veículos da imprensa –, assim como o comportamento de busca do termo na internet, temos (Gráfico 3) antes de outubro de 2017, um acionamento relativamente baixo da expressão *fake news* nos veículos de notícias pesquisados, com exceção da *Folha* que, já no início desse mesmo ano, demonstrou certo protagonismo na elaboração de pautas sobre o tema, materializado em seu “Novo Projeto Editorial”, cujo título traz “Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância” (FOLHA DE S.PAULO, 2017).

Explorando o volume de produção de notícias, no mês de outubro de 2017 (linha 1), localizamos a irrupção do uso da expressão nos veículos. Comparando

¹⁹ https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/12/politica/1539356381_052616.html

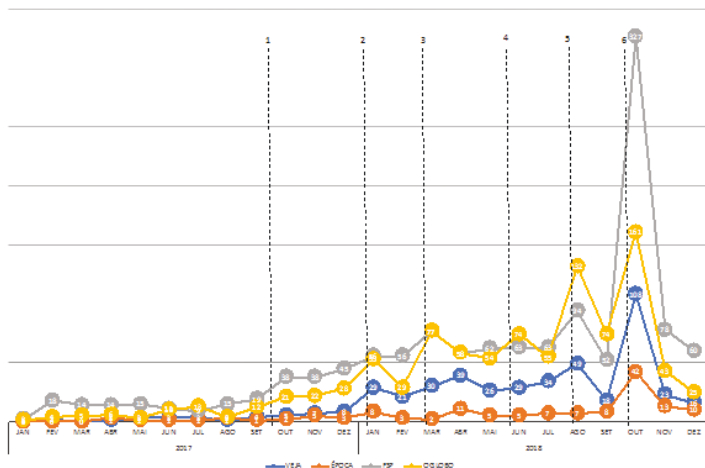
ao mês anterior, setembro de 2017, a *Folha* dobrou (de 19 para 38) o número de notícias publicadas acionando, em algum contexto, o termo *fake news*; O *Globo* ampliou em 40% (de 12 para 21). As revistas semanais também demonstraram um aumento de quatro para cinco publicações na *Veja* e de uma para duas na *Época*, entre setembro e outubro de 2018.

Destaca-se também o período na linha 2, relativo ao mês de publicação da matéria de capa “Fake News: o golpe das notícias falsas”, em 12 de janeiro, na *Veja*. Como hipótese, essa publicação levou jornalistas de outros veículos ao aumento do uso da expressão. Seguido a esse evento, temos uma queda em fevereiro de 2018, possivelmente consequência de uma agenda de notícias relacionadas ao Carnaval.

Posteriormente, o acontecimento com maior número de acionamentos da expressão no primeiro semestre de 2018 (linha 3) está ligado ao assassinato da vereadora do Rio de Janeiro Marielle Franco, cuja cobertura midiática também circundou a produção e disseminação de notícias falsas sobre a vereadora. O jornal *O Globo*, por ter uma rede de notícias²⁰ no território do evento aumentou em cerca de 150% o número de publicações fazendo uso do termo, em diferentes gêneros, formatos e editoriais. Apenas na revista *Época* não encontramos relato sobre Marielle recorrendo à expressão *fake news*.

²⁰ Em suas pesquisas sobre *Newsmaking*, Tuchman (1978) propõe o temo “rede noticiosa” para explicar a organização de espaço na prática jornalística. Segundo ela, os veículos jornalísticos se esforçam para ordenar o tempo por meio da distribuição da rede noticiosa por área geográfica, por especialização organizacional e por especialização temática. A rede “impõe ordem no mundo social porque permite que os fatos sejam noticiados mais em algumas localidades do que noutras” (p. 23).

Gráfico 3: Total de publicações com o uso da expressão fake news entre 01/01/2017 a 31/12/2018²¹



Fonte: (VITORINO, 2018).

²¹ Adotar o Google como indexador de base de dados pode levar o pesquisador a um labirinto de resultados pouco produtivos. Por isso, tracei um mapa com parâmetros de controle e qualidade da amostra, utilizando operadores booleanos e filtros de refinamento de busca oferecidos pelo mecanismo, cujo processo pode ser resumido em cinco passos. Primeiramente, depois de alguns testes, definimos os elementos-chave para os operadores booleanos: ["fake" AND "news"]. Em seguida, para o resultado por veículo, escolhi o refinamento pela fórmula site:dominio.com.br, dessa forma, cada veículo foi filtrado a partir da equação: [site:folha.uol.com.br] e [site:oglobo.globo.com] e [site:epoca.globo.com] e [site:veja.abril.com.br]. Para iniciar a pesquisa, inseri no campo de busca a equação ["fake" AND "news" site:folha.uol.com.br] para cada veículo pesquisado. Os resultados preliminares foram refinados, selecionando apenas a categoria [Notícias] e, em seguida, organizados por data selecionando [Ferramentas] e [Classificado por Data]. Chamamos a atenção para o fato de que esses números podem variar dependendo do dia em que a busca é efetuada. Isso deriva de possíveis mudanças no algoritmo do Google e também por mudanças internas do veículo, tanto de natureza tecnológica (programação do banco de dados) quanto por edições realizadas por jornalistas, posteriores à primeira publicação.

A partir de junho de 2018 (linha 4), pautas relacionadas à política, eleições e processos legislativos e judiciários relacionados crescem em importância nos quatro veículos. Mas outros temas também envolvem a expressão como: 1) religião, principalmente eventos relacionados ao papa Francisco; 2) educação, abordando iniciativas de escolas e universidades no que se convencionou chamar de literacia midiática; 3) saúde/ciência, concentrando pautas sobre verdades e mitos de alimentação, doenças e vacinação; 4) economia/empresas, descrevendo o impacto da disseminação de *fake news* acerca de marcas e resultados empresariais, inclui-se aqui as notícias sobre a greve dos caminhoneiros; 5) jornalismo, com notícias a respeito da própria profissão e cujas fontes são jornalistas; 6) tecnologia/rede social, destacando as empresas de tecnologia como *Google*, *Facebook*, *WhatsApp* e outras; 7) crime/violência, principalmente o caso Marielle Franco, mas também outros crimes violentos; e 8) eleição/política/judiciário, categoria ampla que inclui pautas sobre eleição, políticos em campanha ou não e processos judiciais ligados ao processo eleitoral ou ao julgamento de políticos.

Há um fato interessante no mês de agosto de 2018, quando *Folha*, *O Globo* e *Veja* aumentam a recorrência do termo. A partir de leitura nas notícias publicadas, observamos o aumento da cobertura sobre os pré-candidatos presidenciais, assim como a relação destes com a expressão, principalmente em pautas de checagem de informação. Creditamos esse aumento ao período de propaganda intrapartidária, segundo a legislação eleitoral. A partir de agosto, “os políticos com vistas à indicação de seu nome pelo partido podem se autopromover, junto dos filiados

de seu partido político, para que o escolham como candidato" (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2018).

Em todos os veículos analisados, a pauta das eleições (linha 6), alavanca a produção de notícias acionando a expressão *fake news*. Nesse período, a *Folha* publicou mais que o dobro de notícias do jornal *O Globo* e continuou mantendo, comparativamente, a relevância do tema em suas pautas pós-eleições. Vinculamos a esses números uma estratégia de defesa da *Folha* diante aos ataques de Jair Bolsonaro que podem ser sistematizados em um discurso do candidato em vídeo exibido no evento de apoiadores na avenida Paulista, dia 21 de outubro de 2018, durante a campanha do segundo turno:

*Conclamamos a todos vocês que continuem mobilizados e participem ativamente por ocasião das eleições do próximo domingo, de forma democrática. Sem mentiras, sem fake news, sem Folha de S.Paulo. Nós ganharemos esta guerra. Queremos a imprensa livre, mas com responsabilidade. A Folha de S.Paulo é o maior (sic) fake news do Brasil. Vocês não terão mais verba publicitária do governo. Imprensa livre, parabéns. Imprensa vendida, meus pêsames.*²²

Os ataques do político à imprensa, muitas vezes localizados no jornal *Folha* e ao Grupo Globo não são recentes e se intensificaram dentro de uma estratégia de pré-campanha. A exemplo do presidente norte-americano Donald Trump, Bolsonaro comunicou em seu perfil na rede social Facebook, ainda depu-

²² O discurso foi transcrito na íntegra e publicado em reportagem na *Folha*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/folha-e-a-maior-fake-news-do-brasil-diz-bolsonaro-a-manifestantes.shtml>

tado federal e pré-candidato à presidência no ano de 2017, que:

[...] informamos que este será nosso canal de comunicação e esperamos enviar um próximo comunicado em breve. Acreditamos que esse formato institucional evitará que pessoas desqualificadas e mal-intencionadas ganhem com especulações, boatos e as conhecidas Fake News.²³

Para o então pré-candidato e atual presidente eleito, a desqualificação do jornalismo profissional é uma estratégia discursiva para mobilização da opinião pública. No seu entendimento, assim como no de assessores próximos, o processo de construção da notícia significa a mediação de quem pode vir a distorcer fatos e ideias. Assim, em forma de enfrentamento à chamada mídia tradicional, opta com frequência pelo uso de transmissão de informação em redes sociais. Não por menos, constrói-se assim, um potencial produtor de notícias falsas.

Considerações finais

Ao propormos uma cartografia como método para compreendermos a irrupção da expressão *fake news*, no Brasil, marcamos nosso interesse em investigar um processo de produção ainda em movimento, cujo acontecimento se manifesta em diferentes dimensões, em certa duração. Ocupamo-nos, assim, do que chamamos de dois territórios de manifestação:

²³ O trecho foi extraído de uma publicação chamada "Comunicado aos cidadãos do Brasil", disponível em: <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/posts/comunicado-aos-cidad%C3%A3os-do-brasilsegundo-a-constru%C3%A7%C3%A3o-de-uma-pauta-propositiva-/950346548447665/>

a publicação de notícias por parte da imprensa e o interesse de leitores na busca de notícias on-line. Mas há inúmeras linhas que podem compor esta cartografia, a exemplo da produção de documentos legislativos sobre o fenômeno da disseminação de *fake news*.

A partir da perspectiva desta pesquisa, identificamos que os acionamentos da expressão *fake news* se intensificaram, no Brasil e em outros países, tendo como pano de fundo discursos político-eleitorais. No contexto nacional, o processo eleitoral 2018; na França e nos Estados Unidos, as eleições de 2017; na Inglaterra, durante o plebiscito do Brexit.

As *fake news* a que nos referimos, as que irrompem hoje, são compreendidas como decorrente do avanço das tecnologias e da ampliação do acesso e uso, por grande parte da população, dos dispositivos tecnológicos, principalmente aplicativos de envio de mensagens e redes sociais. É nesse mesmo ecossistema de circulação de notícias, o qual desconsidera o profissionalismo nos procedimentos de produção jornalística, que também têm se assentado as estratégias de comunicação e marketing político do mundo contemporâneo. Estratégias que, por diversas vezes, usaram a disseminação de *fake news* como um caminho eficiente para conduzir o debate político, estruturando e sendo estruturado pelos movimentos de polarização da esfera pública digital, contribuindo para a produção de uma *persona* alinhada ao imaginário de eleitores e com alto potencial de elegibilidade. No caso do Brasil, nas eleições diretas, evento chamado constantemente pela mídia de “festa da democracia”.

Inseridos nessa rede de acontecimentos, ao olharmos para o acionamento da expressão *fake news*, a partir da compreensão foucaultiana de dis-

curso, buscamos trilhar um caminho dando visibilidade aos agentes que recorrem à expressão, ordenando o sentido e marcando vestígios da elaboração de regimes de verdade sobre ela no atual momento histórico. Aqui localizamos o principal personagem que contribui para o movimento no Brasil: Jair Bolsonaro, o atual presidente do país.

Tanto no período pré-eleitoral e eleitoral brasileiro, continuando durante sua gestão, os discursos do presidente e de seu entorno – considerando ministros e, principalmente, familiares que ocupam cargos eletivos e fazem uso frequente de redes sociais – que acionam *fake news*, integram uma formação discursiva que identificamos como mecanismo de defesa. Defesa necessária na perspectiva da existência de “inimigos”, adjetivo utilizado diversas vezes pelo presidente ao se referir à imprensa, especialmente aos grupos *Globo* e *Folha*, entre outros atores políticos, chegando a publicar em rede social “Peço desculpas à grande parte da imprensa por não estar indicando inimigos para postos em meu governo!”²⁴

A utilização maciça das redes sociais por Bolsonaro teve a inspiração principal do presidente norte-americano, Donald Trump, mas foi uma saída para não depender de visibilidade em uma mídia tradicional na qual sua anunciada candidatura não era levada a sério, em função do seu próprio histórico político. Deputado federal pelo Rio de Janeiro por

²⁴ O texto, publicado no perfil pessoal do presidente, na rede social Twitter, em 11/01/2019, em resposta às críticas sobre a nomeação de Carlos Victor Guerra Nagem, considerado pessoa próxima de Bolsonaro, para assumir a gerência executiva de Inteligência e Segurança Corporativa da Petrobras. A postagem está disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1083709715241205761>

sete mandatos consecutivos, Bolsonaro sempre foi vinculado ao chamado “baixo clero”, parlamentares sem prestígio no Congresso Nacional, defensores de interesses corporativos diversos de suas bases eleitorais. Capitão da reserva do Exército, foi um agressivo defensor do regime militar instalado no país em 1964, poucos fizeram isso após a redemocratização. Era adepto de um tipo de pensamento nacionalista e desenvolvimentista, ao abrigo do Estado, o que o afastava de parlamentares próximos à doutrina liberal.

A guinada para a direita liberal, na economia, foi antecedida por uma radicalização conservadora nos costumes, com fortes ligações com igrejas evangélicas e promessas diversas, também bastante criticadas pela imprensa. Propôs, por exemplo, combater o casamento entre pessoas do mesmo sexo, acabar com a educação sexual para crianças nas escolas, assegurar pelo menos um colégio militar em cada Estado brasileiro, diminuir a maioria penal e acabar com limitações para a posse e o porte de armas de fogo (essa última já começou a cumprir). Com seus aliados, que cresceram ao longo da campanha, prometeu enfrentar sem tréguas às esquerdas em geral, o comunismo e socialismo.

Com essas pautas, as redes digitais tornaram-se um lugar ideal para comunicados curtos, feitos em larga escala, conveniente para um candidato que tinha dificuldades para falar na televisão e no rádio, em função de problemas de dicção, e até para expor verbalmente uma ideia mais articulada. Além disso, um meio que possibilita falar diretamente com quem interessa, sem a interferência ou mediação de quem pode vir a “distorcer fatos e ideias”, como a mídia tradicional, afirmam os apoiadores. O *Twitter*,

por exemplo, foi um grande trunfo do candidato, especialmente depois que sofreu um atentado em um comício em Juiz de Fora, Minas Gerais, em 6 de setembro, ainda antes do primeiro turno das eleições de 2018. Operado e hospitalizado, Bolsonaro não participou de debates nas redes de televisão, nos quais seus adversários acreditavam poder desidratar sua candidatura, mostrando sua trajetória política até ali e mesmo a inconsistência de muitas propostas.

Como forma de defesa, que outros poderão classificar como ataque, Bolsonaro continua optando pelo uso de transmissão de informação em redes sociais. Não por menos, constrói-se assim, um potencial produtor de notícias falsas. A desqualificação do jornalismo profissional, chamada com frequência de “fake news” pelo presidente, tornou-se uma estratégia discursiva para a mobilização da opinião pública em busca da deslegitimação e enfraquecimento de poderes institucionais, não apenas da imprensa, mas também dos poderes legislativo e judiciário nacionais e, no efeito do conjunto, da própria democracia.

O alerta surge quando essa rede de práticas discursivas resulta na criação de novos dispositivos de controle estruturando-se ao mesmo tempo, em um ataque às instituições democráticas. Aguiar (2010, p. 2) lembra que por meio da cartografia “é possível identificar os processos que são desenvolvidos, pois é na observação dos processos em ação que melhor compreende-se a própria formação das estruturas”. Nesse sentido, o que tencionamos neste estudo não foi elaborar verdades sobre um acontecimento, mas sim “ajudar a compreender de que maneiras, por quais caminhos, tudo aquilo que se considera ver-

dade tornou-se – ou está se tornando – um dia verdadeiro” (VEIGA-NETO, 2006, p. 87).

Da mesma forma que uma cartografia não tem pretensão de indicar uma origem e sim uma irrupção, não há aqui uma ambição de término. Novas redes de análises vão se formando e contribuindo para a compreensão de um fenômeno que, além de abrangente, se transforma rapidamente ao incorporar em suas estratégias possibilidades de novas tecnologias sociais e novos estatutos que surgem a cada dia.

Referências

- AGUIAR, Lisiane Machado. As potencialidades do pensamento geográfico: a cartografia de Deleuze e Guattari como método de pesquisa processual. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. **Anais do ... Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2010. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/lista_area_DT7-GC.htm. Acesso em: 09 fev. 2018.
- ALLCOTT, Hunt., GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election, **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, 211-236, 2017.
- AVAAZ. Pesquisa IDEIA Big Data/Avaaz: **Eleições e fake news**, 2018. Disponível em: https://avaazimages.avaaz.org/PO%20IDEIA%20%20Relatorio%20AVAAZ_v2_PO%20version%20%281%29.pdf. Acesso em: 15 jan. 2019.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. São Paulo: Paulus, 2006.
- BRAGA, Maria José. **Voto no parecer do Conselho de Comunicação Social nº 1**, de 2018. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/133519>. Acesso em: 15 nov. 2018.
- BRASIL. Câmara dos Deputados. **Emenda 6/2017 no Projeto de Lei 8612/2017**, Brasília, 2017. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2151995>. Acesso em: 30 out. 2017.

BURSHEIN Sheldon. The True Story on Fake News. **Intellectual Property Journal**, v. 19, p. 397-447, mai. 2017.

DELEUZE, Gilles. **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 2005.

FOLHA DE S.PAULO. **Projeto Editorial da Folha**, 30 de mar. de 2017. Disponível em: <<https://arte.folha.uol.com.br/poder/2017/03/30/abertura-projeto-editorial-2017/>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

FOUCAULT, Michel. Entrevista com Michel Foucault por Sergio P. Rouanet e J. G. Merquió. In: FOUCAULT, Michel et al. **O homem e o discurso: a arqueologia de Michel Foucault**. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 1996.

FOUCAULT, Michel. Sobre a geografia. In: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**, 22. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006, p. 244-261.

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

LECINSKI, Jim. **ZMOT: Conquistando o momento zero da verdade**. Google, 2011. Disponível em: https://think.storage.googleapis.com/intl/ALL_br/docs/zmot-momento-zero-verdade_research-studies.pdf. Acesso em: 10 ago. 2015.

MACEDO, Isabella. Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro. **Congresso em foco**, 23 out. 2018. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleitacoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>. Acesso em: 15 nov. /2018.

MACHADO, Roberto. **Ciência e Saber: A trajetória arqueológica de Foucault**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Márcio Moretto. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR 27**, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/o-que-sao-e-como-lidar-com-as-noticias-falsas/>. Acesso em: 20 jan. 2019.

TANDOC, Edson Jr.; LIM Zheng Wei; LING, Richard. Defining "Fake News", **Digital Journalism**, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 14 out. 2018.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Calendário Oficial Eleições 2018.**

Disponível em: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/calendario-eleicoes-2018>. Acesso em: 20 dez. 2018.

TUCHMAN, Gaye. **Making News.** New York: The Free Press, 1978.

VEIGA-NETO, A. A facilidade de se fazer algo difícil – ou, se quisermos – a dificuldade de se fazer algo fácil. In: FOUCAULT, Michel. **Do Governo dos Vivos.** Rio de Janeiro: Achiamé, 2010.

VITORINO, Maíra Moraes. **Uma das maiores ameaças à democracia? Discursos e regimes de verdade sobre fake news no Brasil.** Trabalho apresentado à Banca Examinadora de Exame de Qualificação de tese como requisito parcial para obtenção do grau de doutor em Comunicação. Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil, 2018.

DADOS DOS AUTORES

Maíra Moraes Vitorino

Universidade de Brasília

É comunicóloga, doutoranda em Comunicação e Sociedade pela Universidade de Brasília, mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Membro do Laboratório de etnografia das instituições e das práticas de poder (LEIPP) do Departamento de Antropologia da UnB. E-mail: mairamoraes.projetos@gmail.com. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3497483665935406>

David Renault

Universidade de Brasília

É jornalista, doutor em História Cultural pela Universidade de Brasília, docente no curso de Jornalismo da Universidade de Brasília, líder do grupo de pesquisa Jornalismo e Memória na Comunicação. E-mail: davidr@unb.br.

Currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5060698435024011>