

A DINÂMICA TRANSMÍDIA DE FAKE NEWS: interações sociais em torno da concepção pragmática de verdade¹ **THE TRANSMEDIA DYNAMICS OF FAKE NEWS: social interactions around the pragmatic conception of truth**

Geane Carvalho Alzamora²
Luciana Andrade Gomes Bicalho³

Resumo: A circulação viral de notícias falsas é examinada conforme a lógica pragmática de Charles Sanders Peirce e sua concepção de verdade. Essa perspectiva toma a verdade como ideal normativo e enfatiza a crença como elemento propulsor do processo de significação da notícia. Considera-se que o engajamento social gerado pela disputa acerca do valor semiótico da verdade se materializa em interações que se processam transmediaticamente em conexões de redes sociais online. Por meio de coleta manual e automática, observou-se interações registradas no Twitter, Facebook e Instagram em torno de notícias relacionadas ao julgamento, em segunda instância, do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Constatou-se que o engajamento social é impulsionado por componentes simbólicos, como uso de hashtags que remetem à polarização política. A expansão transmídia da teia textual analisada decorre predominantemente de interações em torno de crenças concorrentes submetidas ao escrutínio da dúvida.

Palavras-Chave: Transmídia. Semiose. Notícias falsas.

Abstract: Viral circulation of fake news is examined according to the pragmatic logic of Charles Sanders Peirce and his conception of truth. This perspective takes the truth as a normative ideal and emphasizes belief as a propulsive element of the process of meaningful of news. It is considered that the social engagement generated by the dispute about the semiotic value of truth materializes in interactions that are processed transmediately in connections of social networks online. Through manual and automatic collection, we observed interactions recorded on Twitter, Facebook and Instagram around news related to the trial in the second instance of former President Luiz Inácio Lula da Silva. It was found that social engagement is promoted by symbolic components such use of hashtags that refer to political polarization. The transmedia expansion of the analyzed textual network elapses predominantly from interactions around competing beliefs submitted to the scrutiny of doubt.

Keywords: Transmedia. Semiosis. Fake news.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Práticas Interacionais e Linguagens na Comunicação do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

² Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC SP), geanealzamora@ufmg.br.

³ Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), lucianadrade@gmail.com.

1. Introdução

Fake news, ou notícia falsa, foi considerada a palavra do ano em 2017 pela editora britânica Collins. Segundo informações da editora, as menções ao termo aumentaram 365% em 2017⁴. Levantamento realizado pela empresa norte-americana de mídia digital, *BuzzFeed*, aponta que as 50 notícias falsas que mais geraram engajamento no *Facebook* em 2017 alcançaram 23,5 milhões de ações (como curtidas, comentários e compartilhamentos), cerca de dois milhões a mais que em 2016. O levantamento revela ainda que os principais temas relacionados a notícias falsas são crimes, política e saúde e confirma o *Facebook* como ambiente midiático privilegiado para circulação viral de notícias falsas⁵.

Mas, afinal, o que é *fake news* e por que elas geram tamanho engajamento? Allcott e Gentzkow (2017) definem notícia falsa como artigos noticiosos que são intencionalmente e verificavelmente falsos, embora capazes de enganar os leitores. Para os autores, o crescimento do engajamento em redes sociais online, associado ao declínio da confiança em veículos tradicionais de informações, explica o vertiginoso crescimento de circulação de notícias falsas. Eles ressaltam, porém, que a circulação desse tipo de conteúdo não é novidade. Os autores apresentam vários exemplos antigos de notícias falsas, como é o caso do jornal norte-americano *New York Sun*, que em 1835 publicou uma série de reportagens sobre a descoberta de vida na lua. Teorias de conspiração com implicações políticas permeiam, segundo eles, a longa história de *fake news* nos EUA.

No Brasil, as notícias falsas são tema de grande preocupação. Segundo relatório produzido em 2017 pela empresa canadense de pesquisa de opinião pública *GlobeScan*, para a *BBC*, o Brasil é o país mais preocupado com notícias falsas no mundo⁶. Entretanto, tal preocupação não evita a circulação viral de notícias falsas. Cerca de 12 milhões de brasileiros difundem *fake news* sobre política nas redes sociais online, de acordo com levantamento do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (GPOPAI), da Universidade de São Paulo (USP). Realizado em junho de 2017, a partir do monitoramento

⁴ Informação disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017>>. Acesso: 18/02/2018.

⁵ Informação disponível em: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/these-are-50-of-the-biggest-fake-news-hits-on-facebook-in?utm_term=.la0RgzxNNn#.bhZ8PvY00B>. Acesso: 18/02/2018.

⁶ Informação disponível em: <https://docs.google.com/viewer?url=https%3A%2F%2Fw.globescan.com%2Fimages%2Fimages%2Fpressreleases%2FBBC-Internet-2017%2FBBC_GlobeScan_Internet_PressRelease_21September2017.pdf>. Acesso: 18/02/2018.

de conteúdo político falso ou distorcido em 500 páginas digitais, o levantamento sublinha o alcance colossal dessas notícias, considerando a média de 200 seguidores por usuário⁷.

A dinâmica de conexões de tais publicações, fortemente ancorada em ações virais de compartilhamento, é aqui investigada no âmbito do pragmatismo peirceano, também chamado *pragmaticismo*. Essa vertente teórica examina a formação de hábitos em relação à fixação de crenças e ao ideal da verdade, aspectos muito relevantes na compreensão do engajamento social que impulsiona a circulação de notícias falsas. Considera-se que a dinâmica de circulação de *fake news* é transmidiática, cuja propagação depende do engajamento social gerado, e pragmaticamente orientada, conforme será argumentado a seguir.

2. A concepção pragmática de verdade

Verdade não é atributo necessário da notícia. Em meados do século 19, o escritor francês Honoré de Balzac já afirmava, como um dos axiomas de sua *Monografia da Imprensa Parisiense*, que “para o jornalista, tudo o que é provável é verdadeiro” (BALZAC, 1991, p. 164). Na visão de Balzac, a imprensa preza a crença, não a verdade.

Em *Opinião Pública*, lançado em 1922, Walter Lippmann adverte que notícia e verdade devem ser claramente distinguidas, argumentando que a função da notícia é sinalizar um evento e a função da verdade é trazer luz aos fatos escondidos, pô-los em relação. Ele propõe o conceito de pseudo-ambiente para descrever as representações da realidade às quais o comportamento humano responde. O pseudo-ambiente se organiza em torno de crenças, não de verdades, pois “o que acreditamos ser uma imagem verdadeira, nós a tratamos como se ela fosse o próprio ambiente” (LIPPMANN, 2008, p. 22). Lippmann confere “valor pragmático” ao pseudo-ambiente, no qual transitam imagens estereotipadas da realidade, porque as crenças que este suscita delineiam “nossos sentimentos, pensamentos e ações” (LIPPMANN, 2008, p. 37).

Em perspectiva semelhante, Alsina (2005) afirma que a noção de verdade não está implícita no conceito de notícia, sendo a verdade uma questão de fé ou ideologia. “A veracidade da notícia é um tema absolutamente questionável.” (ALSINA, 2005, p. 296). Ele ressalta que não há um conceito universal de notícia e menciona, entre outros, o conceito

⁷ Informação disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,na-web-12-milhoes-difundem-fake-news-politicas,70002004235>>. Acesso: 18/02/2018.

proposto por Abraham Moles: “A notícia é a narração de um acontecimento, de uma parte da vida individual ou coletiva, de algo verdadeiro ou fingido, provado ou não (boato)” (MOLES, 1975, p. 495, citado por ALSINA, 2005, p. 296). Assumindo uma perspectiva pragmática, Alsina situa a credibilidade da notícia no âmbito da Ética e exalta seus mecanismos de significação em detrimento do cânone da verdade.

Charles Sanders Peirce (1839-1914) concebeu o pragmatismo, ou *pragmaticismo*⁸, como uma aplicação especial da Ética, já que esta estuda a natureza da ação em conformidade com a crença. No entanto, como a Ética pressupõe a distinção entre o que é admirável e não é, Peirce a subordinou à Estética, que investiga fenômenos que incorporam qualidades de sentimento, o fundamento da ação. O significado das crenças são os hábitos que delas derivam e os hábitos configuram tendência à ação, por isso Peirce os localizou no âmbito da Lógica, ou Semiótica, ciência normativa que investiga a linguagem e seus processos de significação⁹.

Abdução (inferência hipotética), indução (inferência sintética) e dedução (inferência analítica) correspondem aos tipos de raciocínio que conformam, segundo Peirce, a lógica da argumentação, sendo este aspecto preponderante em seu pragmatismo porque se relaciona à ação do pensamento¹⁰. Para Peirce (1983, p. 56), “o problema do pragmatismo é o problema da lógica de abdução”. Ele expõe a máxima pragmática da seguinte maneira: “o pragmatismo é a doutrina segundo a qual toda concepção é a concepção de seus efeitos práticos” (PEIRCE, 1983, p. 57) e acrescenta que qualquer concepção “permite todos os voos da imaginação, desde que alimentem a possibilidade de um efeito prático” (PEIRCE, 1983, p. 57). Essa

⁸ Peirce é considerado o precursor do pragmatismo, movimento filosófico que investiga a relação entre pensamento e ação. O movimento surgiu nos primeiros anos da década de 1870, em Cambridge (EUA), a partir de um pequeno grupo de estudiosos de filosofia, entre eles Charles Sanders Peirce e William James, que se denominavam “Clube Metafísico”. Nessa época, Peirce cunhou a máxima pragmática, segundo a qual o significado de qualquer conceito é a soma total de suas consequências práticas concebíveis. A diversidade de interpretações acerca dessa máxima levou Peirce a nomear, por volta de 1905, de *pragmaticismo* à sua perspectiva pragmática com o intuito de diferenciá-la das demais. Dentre os aspectos diferenciadores, destacam-se a ênfase no significado e não na verdade, no hábito (social) e não na experiência (individual), no falibilismo e na autocorreção contínua. Sobre o assunto ver FISCH (1986).

⁹ Conforme a cartografia peirceana das ciências, as três ciências normativas, Estética, Ética e Lógica (ou Semiótica), configuram uma divisão da Filosofia, que por sua vez se fundamenta na Fenomenologia, uma ciência pré-normativa que meramente contempla os fenômenos. Sobre o assunto ver WALL (2007).

¹⁰ A relação entre abdução, indução e dedução, assim como todo o arcabouço teórico de Peirce, funda-se na articulação lógica de suas três categorias fenomenológicas: primeiridade (qualidade, mônada, instância do acaso), secundidade (relação/reação, díada, instância da ação), terceiridade (representação/mediação, tríada, instância do devir). As três categorias são dinâmicas, interdependentes e universais. Sobre o assunto ver SANTAELLA (1992).

máxima pragmática é normativa porque “nos conta como devemos definir nossos termos para que tenham significação” (WALL, 2007, p. 137).

Com base em pressupostos teóricos do pragmatismo peirceano, Alsina (2005) toma a inferência abdutiva, responsável pela formação de hipóteses, como elemento deflagrador dos mecanismos de significação da notícia. Ele considera que, diante de um acontecimento, o jornalista coloca como hipótese uma proposta de interpretação e, a seguir, procura por dados que permitam verificá-la. Alsina chama de mundo de referência à proposta de interpretação, sendo a hipótese a inferência lógica que Peirce denomina de abdução. Segundo Peirce (1966), a abdução, ou hipótese explicativa, será considerada boa se puder ser verificada. Neste caso, resultará em crença, cujo significado será um hábito, ou seja, a regularidade de ação apta a conformar uma opinião relativamente duradoura, pois “assim que uma crença firme é alcançada, ficamos inteiramente satisfeitos, quer a crença seja verdadeira, quer seja falsa” (PEIRCE, 1966, p. 100)¹¹.

Conforme essa visão, a notícia pode ser entendida como processo de significação que se configura relativamente ao ato criativo que a deflagrou, cujo efeito prático será uma crença compartilhada na forma de opinião. A dimensão criativa da notícia refere-se à “abdução, [que] consiste em estudar os fatos e inventar uma teoria para explicá-los” (PEIRCE, 1983, p. 41). Note-se que criação não é sinônimo de ficção, uma vez que a hipótese explicativa (abdução) só resultará em crença (dedução) se puder ser verificada (indução).

O efeito prático de uma notícia, portanto, não é o reconhecimento social da verdade, mas a natureza da crença que ela deflagra, sendo esta sempre passível de revisão conforme o aprofundamento dos processos de verificação decorrentes da dúvida. “Os problemas seriam muito simplificados se em vez de dizer que deseja conhecer a verdade, você dissesse simplesmente que deseja alcançar um estado de crença inatacável pela dúvida” (PEIRCE, 1990, p. 289).

O reconhecimento de uma notícia como falsa, mediante o surgimento de dúvidas que impulsionam sua verificação, pode concorrer para o aprimoramento dos processos de significação que as notícias engendram de modo mais amplo, sejam elas produto da prática jornalística profissional ou não. Consequentemente, o esforço coletivo de verificação de notícias, motivado pela disputa em torno de crenças concorrentes, incrementa o

¹¹ No original: “(...) for as soon as a firm belief is reached we are entirely satisfied, whether the belief be false or true”.

aprimoramento do processo de significação de qualquer notícia. A noção de verdade, nessa visada pragmática, é um ideal jamais plenamente alcançável que atua normativamente no aprimoramento das crenças quando estas são submetidas ao escrutínio da dúvida.

A concepção pragmática da verdade relaciona-se à concepção pragmática da semiose, processo lógico de aprimoramento contínuo do signo no qual este é uma entidade triádica que se estabelece em referência a um objeto que o determina com vistas a produzir um efeito, seu interpretante, que terá a natureza de outro signo. O interpretante representa o objeto pela mediação do signo (representâmen), em associação com signos adjacentes por experiência colateral, ou seja, por familiaridade prévia com o objeto que o signo denota. A noção de experiência colateral é de especial importância na compreensão do engajamento social que impulsiona a dinâmica transmiúdia de notícias falsas, conforme será argumentado adiante.

De acordo com Bergman (2010), a noção de experiência colateral torna-se preponderante na fase madura da teoria peirceana, quando os conceitos de semiose e pragmatismo se aproximam, porque à medida que os hábitos de ação se aprimoram, mais sofisticada se torna a experiência colateral e, conseqüentemente, mais acurada será a semiose.

Realidade (objeto dinâmico) e verdade (interpretante final) são ideais que norteiam o desenvolvimento pragmático da semiose, processo súnico que se encontra permanentemente em estágio de incompletude¹². Caso fosse possível atingir plenamente as bordas da semiose, realidade e verdade se equivaleriam. Essa é a promessa, jamais cumprida, da Teoria do Espelho¹³, segundo a qual as notícias corresponderiam verdadeiramente à realidade que retratam. Trata-se de concepção que camufla o processo de significação decorrente da produção e circulação da notícia. Porém, tal imprecisão não deve ser entendida como desprezo pelos valores deontológicos do jornalismo¹⁴, pois “reconhecer o valor não absoluto da verdade não significa ter de abandonar a responsabilidade por sua busca (SANTAELLA, 1992, p. 156).

¹² Objeto dinâmico é aquele que determina o signo, mas se localiza fora dele, em digressão infinita, sendo o objeto imediato o modo pelo qual o objeto dinâmico se manifesta no signo. A potencialidade interpretativa do signo se encontra no próprio signo como interpretante imediato, mas o efeito gerado é o interpretante dinâmico, enquanto o interpretante final se refere ao ideal normativo de plenitude súnica que norteia o desenvolvimento da semiose. Sobre o assunto ver ALZAMORA (2017).

¹³ A Teoria do Espelho surgiu no final do século 19 em contraposição ao jornalismo ideológico e partidário de então. Fundava-se na convicção de que as notícias seriam o espelho da realidade. Sobre o assunto ver TRAUQUINA (2005).

¹⁴ Os princípios fundadores da moral jornalística, que direcionam as regras de conduta profissional, têm caráter normativo e prescritivo. Os valores principais são a busca pela verdade, a imparcialidade, a equidade e a honestidade. Sobre o assunto ver CAMPONEZ (2009).

Paradoxalmente, a semiose das notícias falsas favorece o aprimoramento pragmático da notícia em sua busca normativa pela verdade. Quanto mais aderência o conteúdo noticioso falso engendra na forma de engajamento em redes sociais online, mensurável em ações como curtida, comentário e compartilhamento, mais agencia crenças concorrentes, o que impulsiona sua verificação mediante a inserção da dúvida em sua dinâmica semiótica. Entretanto, a constatação indicial da falsidade nem sempre é suficiente para revisar a crença que delineia a notícia falsa, pois esta se sustenta em arraigados hábitos de ação cuja tendência é gerar engajamento com notícias semelhantes. Esse processo é exacerbado em dinâmica transmídia, na qual posicionamentos afins associam-se em conexões variadas para expandir continuamente a teia noticiosa em prol de uma crença comum.

3. Cosmologia peirceana e transmídia

Nos últimos anos de sua vida, quando aprofundava seus estudos sobre pragmatismo, Peirce dedicou-se a desenvolver uma cosmologia evolutiva, relativa ao modo pelo qual os organismos e seus ambientes alteravam-se mutuamente, em níveis crescentes de interação. Segundo Fisch (1986), o pragmatismo pode ser entendido como uma versão da lógica evolutiva de Darwin, que havia publicado *The Origin of Species* em 1859¹⁵.

A cosmologia evolutiva de Peirce funda-se na ideia de que os hábitos podem alterar-se gradualmente, favorecendo um ao outro de modo cada vez mais coerente e sofisticado. Uma vez que os hábitos são os significados das crenças, essa perspectiva pressupõe o aprimoramento das crenças mediante o surgimento de hábitos mais sofisticados de ação, o que não elimina interações conflituosas do processo. “Se uma nova crença produz ações eficazes, o ser humano sobrevive feliz no ambiente. Se uma nova crença produz uma ação ineficaz, ele é hostilizado no ambiente” (SHOK, 2002, p.83).

É o que ocorre quando notícias que circulam amplamente em conexões digitais são verificadas e comprovadas como falsas, tornando-se alvo de hostilidades. Nesse caso, posicionamentos afins atuam de modo sincronizado com o intuito de revelar a inconsistência do relato noticioso em questão. Por outro lado, posicionamentos opostos investem no

¹⁵ Essa concepção evolutiva marcou profundamente tanto o *pragmaticismo* quanto as demais vertentes pragmáticas que emergiram das discussões no “Clube Metafísico”, em Cambridge, nos primeiros anos da década de 1870. Em perspectiva semelhante, na segunda metade do século 20 proliferaram estudos em torno do que se convencionou chamar de *Ecossemiótica*, estudo das relações semióticas entre os organismos e seus ambientes. Sobre o assunto ver NÖTH (1996) e WALL (2007).

compartilhamento intenso da referida notícia, independente de esta ser falsa ou verdadeira. As crenças concorrentes, mediadas pela notícia falsa, buscam alcançar circulação viral em ações que integram a mente algorítmica e a mente humana, configurando uma espécie de cosmologia evolutiva do ecossistema midiático e das interações que propicia.

Peirce chamou de agapismo a capacidade de sincronização e cooperação mútua entre mentes e meio ambiente; de sinequismo o fluxo contínuo de um objeto a outro; e de tiquismo os desvios espontâneos e contingentes, em semelhança à ideia de mutação. “O princípio cosmológico peirceano do sinequismo alega que tudo o que existe pode ter alguma espécie de continuidade com outra coisa, e que tudo o que existe no universo está de alguma forma em união indireta com as demais” (SHOOK, 2002, p. 81).

Essa perspectiva remete à noção de dinâmica transmídia, segundo a qual os textos midiáticos contemporâneos se propagam na interseção dos meios, embora cada configuração textual apresente autonomia semiótica e seja continuamente expansível pela ação integrada de produtores, consumidores e algoritmos. A circulação de notícias falsas é transmidiática porque opera na interseção dos meios, configurando teia textual que se expande em ações de compartilhamento motivadas por uma crença comum.

O termo transmídia, popularizado por Henry Jenkins a partir da publicação de seu livro *Convergence Culture* (2006), foi cunhado em 1991 por Marsha Kinder para descrever a intertextualidade transmidiática em produtos midiáticos afins, como filmes, brinquedos, narrativas de fãs etc. Conforme Jenkins (2008)¹⁶, transmídia funda-se na participação, sendo esta moldada por protocolos sociais e culturais. Em perspectiva semelhante, consideramos que a circulação transmídia de notícias falsas funda-se em participação, cujos protocolos sociais e culturais atrelam-se à interação cosmológica entre ambiente midiático das conexões digitais e as ações integradas de mentes humanas e algorítmicas que nele trafega. A propagação de notícias falsas ocorre em consonância com a cultura de convergência, na qual “consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 28).

Mais recentemente, Jenkins (2017) adotou a denominação *lógica transmídia* para designar a interação pretendida entre consumidores, produtores e textos em relação ao propósito do planejamento transmídia. Essa perspectiva dialoga com a noção peirceana de lógica (ou Semiótica), pois se remete à dinâmica sógnica norteadas por propósito em relação

¹⁶ Utilizamos a tradução brasileira de *Convergence Culture* (2006), publicada em 2008.

aos desvios e continuidades resultantes das associações circunstanciais por experiência colateral.

A lógica transmídia funda-se nos princípios da narrativa transmídia (JENKINS, 2010): potencial de compartilhamento/profundidade; continuidade/multiplicidade; imersão/extração; construção de universos; serialidade; subjetividade; performance. Esses princípios podem ser entendidos como modos semióticos de atuar transmediaticamente no ambiente digital. Por exemplo, a ideia de continuidade sónica, ou sinequismo, aplica-se à dinâmica transmídia com base na ideia de mediação, ação continuamente transformadora do signo, ou semiose. De acordo com Jenkins (2010), a indústria midiática frequentemente fala sobre continuidade em termos da informação aceita como parte da versão definitiva de uma história particular. Em contraste, multiplicidade refere-se às múltiplas versões alternativas à história canônica. Conforme a perspectiva pragmática da semiose, multiplicidade não se opõe a continuidade, pois pode ser entendida como a capacidade associativa (experiência colateral) da representação sónica, a qual garante o componente criativo necessário à mediação sónica, que opera por continuidade lógica.

A dinâmica transmídia abarca diferentes vertentes, como *transmedia storytelling*, *transmedia branding*, *transmedia performance*, *transmedia learning*, entre outras variações (JENKINS, 2010). No campo das mobilizações sociopolíticas, Jenkins (2016) faz referência à noção de transmídia ativismo (*transmedia activism*), termo cunhado pela pesquisadora Lina Srivastava (2009) para designar os processos coletivos e criativos que coordenam uma narrativa cultural em expansão midiática, definindo as mudanças sociais como fruto de soluções sistêmicas.

Na visão de Srivastava (2009), a dinâmica transmídia seria uma forte inovação social capaz de criar o envolvimento necessário dos atores interessados. A dinâmica de ativismo transmídia baseia-se na multiplicação de atores em rede, aptos a criar que pontos variados de entrada para questões e soluções ligadas ao tema, utilizando múltiplas plataformas e linguagens. Trata-se de uma forma de ativismo que privilegia a voz local para ganhar visibilidade global em razão da propagação digital.

Soriano (2016) destaca que esse tipo de dinâmica transmídia envolve estratégias de intertextualidade radical e multimodalidade para abordar públicos heterogêneos em rede. A primeira estratégia diz respeito ao movimento da narrativa por meio de fragmentos textuais espalhados por diversas plataformas. Já a segunda corresponde às possibilidades lógicas

oferecidas por esses textos, cuja tessitura transmidiática favorece o engajamento social motivado por crença comum. A sinergia entre as partes do sistema de mídia contribui para o desdobramento de subtemas, maximizando pontos de contato com variados nichos de público.

Do ponto de vista do engajamento, Silva (citado por VIEIRA, 2013) discorre sobre a necessidade de classificar a pré-disposição da audiência para diferentes efeitos práticos, em uma perspectiva que remete ao aspecto central do pragmatismo peirceano. Ele sintetiza três formas básicas em evolução integrada: aderência, mobilização e ativismo. A primeira seria o grau mais baixo de comprometimento, prevalecendo uma mera identificação temática com o evento. Já a mobilização seria uma forma intermediária, quando a audiência age como um elemento propagador em sua rede de contatos. O terceiro nível seria a concretização de todas as estratégias para envolvimento máximo, concentrando forças e agindo sistematicamente em prol da visibilidade da causa. Para Silva (citado por VIEIRA, 2013), esses processos estão interligados e se retroalimentam, conformando uma rede de significações.

Por esse viés, as notícias falsas seriam fruto das relações entre os tipos de engajamento que acionam, com base nas crenças manifestas em determinados posicionamentos políticos. Isso seria fundamental para amplificar os pontos de contato com as audiências, estimulando a passagem do engajamento por aderência ao engajamento ativista. Devido ao comportamento migratório dos públicos (JENKINS, 2008), essa narrativa seria construída em múltiplas plataformas a fim de estimular o potencial de compartilhamento das notícias. Nas redes sociais online, a propagação é reforçada pela própria arquitetura das plataformas, que oferecem botões de ação, como compartilhar, comentar e curtir. Esses “recursos de compartilhamento onipresentes estimulam os usuários a espalhar e repetir as últimas notícias” (POELL; VAN DIJCK, 2015, p. 530)¹⁷. O aumento de compartilhamento faz com que as narrativas vigorem nos *trends*¹⁸ das plataformas online, instituindo hábitos de ação provisórios que concorrem para consolidar uma crença comum no ambiente digital.

De acordo com Igarza (2010), os rearranjos das audiências nos ambientes digitais são consolidados pelos processos de adesão e recomendação de conteúdo, que se estabelecem dentro do círculo de amizade. Esse formato gera maior anuência pela sensação de

¹⁷ No original: “Omnipresent sharing features stimulate users to spread and repeat breaking news”.

¹⁸ Recurso que mostra a relevância de determinados assuntos por meio do volume gerado pelas conversações na rede, em um curto período de tempo (GROSHEK; GROSHEK, 2013).

credibilidade, em conformidade com a instantaneidade e o dinamismo desse sistema. Trata-se de um modelo que estimula a proximidade por interesses afins, abrindo espaço para o intercâmbio de valores, geração de confiança e produção de conhecimento. Conforme afirma Sarlo (2011), esse processo remete a uma “dinâmica do boato”, na qual o caráter factual não é contestado sem o estabelecimento da dúvida, visto que o encadeamento de conteúdo “se adapta bem às teorias conspiratórias, que são seu modelo interpretativo predileto” (SARLO, 2011, p. 9).

Essa conversação entre os pares marca a disseminação e o fortalecimento de posicionamentos políticos em múltiplas plataformas. É exemplo desse processo a *hashtag* #fakenews, cujo propósito é denunciar supostas notícias falsas no *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*. Essa *hashtag* vem sendo utilizada em vários idiomas, inclusive em postagens brasileiras. Para compreender seu potencial de propagação, coletamos a *hashtag* no *Twitter* durante os dias 27 e 28 de janeiro de 2018, com o intuito de mensurar a repercussão nesse ambiente do julgamento em segunda instância do ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, realizada em 24 de janeiro de 2018. Em 24 horas, coletamos 109.272 *tweets* com auxílio da ferramenta *Tags*¹⁹, que compreende a *API* de pesquisa focada na relevância de *tweets* publicados e compartilhados. Grande parte do conteúdo contestava a imprensa tradicional e afirmações do governo, principalmente em relação aos Estados Unidos, o que sinaliza desconfiança em relação às formas institucionais de representação social. Nas publicações brasileiras, a maioria tinha como foco as notícias sobre o ex-presidente Lula. No *Instagram*, mapeamos 476.622 postagens relacionadas a essa *hashtag* por meio da ferramenta de contagem da própria plataforma, compreendendo a disseminação de memes e alegorias políticas. Já no *Facebook*, por meio de coleta manual entre os dias 27 e 28 de janeiro, monitoramos 100 postagens de páginas e perfis públicos.

A coleta demonstrou que o uso dessa *hashtag* contempla majoritariamente contestações sem provas, apontando de forma passional para inverdades baseadas nos sistemas de crenças dos usuários. Seu efeito prático, portanto, não é o reconhecimento social da verdade, já que este é um ideal normativo, mas a tentativa de consolidação de crenças mediadas por esse dispositivo simbólico. A *hashtag* surge, então, como símbolo de um posicionamento político consolidado em hábitos de ação que derivam de crenças pré-estabelecidas. A perspectiva de transmídia ativismo, que emerge do uso social dessa *hashtags*, atua no sentido de promover a

¹⁹ Disponível em: <<http://tags.hawksey.info>>.

fixação da crença, incorporando ou rejeitando a dúvida de acordo com o posicionamento político relativo à notícia pretensamente falsa, como veremos a seguir.

4. Fixação das crenças e engajamento social

Em dos primeiros textos que publicou sobre o pragmatismo, *A fixação das crenças* (1877), Peirce propõe quatro métodos para fixar a crença: tenacidade, autoridade, *a priori* e científico.

No *método da tenacidade*, a opinião é estabelecida puramente por alguém se aferrar obstinadamente às próprias crenças. “Atemo-nos tenazmente, não somente a crer, mas a crer exatamente naquilo que cremos” (PEIRCE, citado por WALL, 2007, p. 31). O engajamento social baseado no método da tenacidade tende a ignorar evidências em contrário e a desconsiderar opiniões divergentes, caracterizando a forma mais comum de engajamento social em torno de notícias falsas.

Uma pessoa poderia escolher evitar ativamente a interação com pessoas de opinião diferentes, ou poderia desenvolver o hábito de desprezar e rejeitar imediatamente tudo o que desafiasse suas próprias crenças. Teóricos de conspiração com frequência pensam dessa maneira. Adotam completamente todas as evidências a favor de suas visões (...) e rejeitam ou ‘reinterpretam’ tudo o que se acumule contra elas (WALL, 2007, p. 33).

A dimensão social da tenacidade configura o *método da autoridade*, no qual a crença não é fixada pelo próprio indivíduo, mas é coagida por uma instituição. As evidências contrárias são aqui propositadamente isoladas das pessoas por uma instituição reguladora, como imprensa e governo, por exemplo. O reconhecimento dos mecanismos de atuação desse método é propulsor de denúncias cidadãos contra conteúdos noticiosos falsos ou distorcidos que são institucionalmente produzido com o propósito de manipular opiniões. Manifesta-se também em postagens cidadãos em redes sociais online que buscam dar visibilidade a notícias propositadamente ignoradas pelos veículos tradicionais de imprensa.

No método *a priori* a crença é fixada procurando-se aquelas crenças concordantes com a razão. De acordo com Wall (2007), esse método não apenas nos dá um impulso a acreditar, como os outros dois, como também determina o que deve ser acreditado. Já o *método científico* difere dos três anteriores porque neste as ideias são fixadas não por aquilo que desejamos acreditar, mas “por algo sobre o que nosso pensamento não tem efeito algum” (PEIRCE, citado por WALL, 2007, p. 35).

Práticas interacionais típicas de ativismo transmídia fundam-se prioritariamente nos métodos da tenacidade e da autoridade para fixar crenças relacionadas a notícias

pretensamente falsas, sendo que o primeiro pode ou não resultar em prática interacional transmidiática. Em ambos, o engajamento social, manifesto em ações de curtir, comentar e compartilhar com o propósito de gerar interação em torno de opinião comum, é resultado do reconhecimento de uma crença pré-estabelecida que permeia positiva ou negativamente a publicação noticiosa pretensamente falsa.

5. Práticas interacionais em torno do julgamento do ex-presidente Lula

No contexto brasileiro do ativismo transmídia, relacionado à disseminação de conteúdo noticioso político falso ou distorcido, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva é apontado como o principal personagem citado em publicações falsas, sendo 73% de viés negativo, conforme estudo realizado pela Revista Veja em janeiro de 2018²⁰. No *ranking* ainda aparecem também os nomes do atual presidente Michel Temer (PMDB) e do juiz Sérgio Moro²¹.

Em 12 de julho de 2017, Lula foi condenado, em primeira instância, a nove anos e seis meses de prisão por lavagem de dinheiro e corrupção passiva, acusado de receber propina da construtora OAS em troca de favorecimento da empreiteira em contratos com a Petrobras. A prova apresentada foi a suposta aquisição e reforma de um apartamento *triplex*, na cidade do Guarujá, em São Paulo, no valor de R\$ 3,7 milhões, estando incompatível com a renda declarada pelo ex-presidente e sua mulher. Com a condenação, a defesa protocolou o pedido de revisão em segunda instância da Justiça, recorrendo ao Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF4), em Porto Alegre, para reverter a decisão do juiz Sérgio Moro. A audiência aconteceu no dia 24 de janeiro de 2018 e manteve a condenação, aumentando a pena para 12 anos de prisão. Em seguida, a defesa entrou com recurso para contestar o resultado e pedir o *habeas corpus* preventivo. A conclusão do processo poderia inviabilizar a candidatura de Lula nas eleições de 2018, pleiteando seu terceiro mandato à frente da Presidência da República.

²⁰ Informação disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/ranking-alvos-vitimas-noticias-falsas-fake-news-politica-brasil/>>. Acesso em 18/01/2018.

²¹ Juiz da 13ª Vara Criminal Federal de Curitiba responsável pela investigação da operação Lava Jato contra os esquemas de corrupção no país, que teve início em 2014.

De acordo com os dados apresentados pelo “Monitor do Debate Político no Meio Digital”²², projeto conduzido pelo GPOPAI/USP para mapear, mensurar e analisar o ecossistema de debate político online, das dez notícias sobre política mais compartilhadas no *Facebook* no Brasil, nove referiam-se ao depoimento do ex-presidente no TRF4. Para conferir a veracidade das informações compartilhadas, a Agência Lupa, especializada em *fact-checking*, avaliou as principais notícias disseminadas sobre o assunto nas redes sociais online e encontrou notícias falsas de circulação viral disseminadas por posicionamentos favoráveis e contrários²³. Isso corrobora a ideia de que o processo de fixação de crenças opera por tenacidade, independente dos processos de verificação.

No dia 24 de janeiro, data do julgamento em segunda instância de Lula, duas *hashtags* contrárias movimentaram os *trends* das plataformas digitais. Os usuários favoráveis ao ex-presidente usavam a *hashtag* #cadêaprova para argumentar que Lula havia sido condenado sem a apresentação de provas. Já os usuários contrários utilizaram a *hashtag* #molusconacadeia, uma variação de #lulanacadeia, que vigora desde 2016 nas mobilizações online. Observou-se o uso das duas *hashtags* no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* atreladas a postagens fundadas em crenças concorrentes.

A coleta realizada no *Twitter* por meio da ferramenta *Tags* resultou em 24.772 *tweets* com #cadêaprova e 91.586 *tweets* com #molusconacadeia,. No *Facebook*, foram coletadas manualmente as primeiras cinco postagens referentes às duas *hashtags*, contendo as publicações com maior interação no período (curtidas, comentários e compartilhamentos). No *Instagram*, por meio da ferramenta *4K Stogram*²⁴, foram coletadas 1.204 postagens com #cadêaprova e 1.338 com #molusconacadeia. Essas *hashtags* delineiam dinâmica transmídia sobre o tema, enfatizando a disseminação de conteúdo noticioso, falso ou verdadeiro, com o propósito de consolidar uma crença no ambiente transmidiático. Quanto mais um conteúdo noticioso fundado em crença concorrente se expande transmidiaticamente, mais ele é submetido ao escrutínio da dúvida. A designação simbólica *fake news*, derivada dos processos de verificação, é, então, largamente compartilhada com o intuito de revisar crenças e, conseqüentemente, mudar opiniões.

²² Informação disponível em: <<https://www.facebook.com/monitorordodebatepolitico/posts/1664661226928667/>>. Acesso em 26/01/2018.

²³ Informação disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/01/24/lula-julgamento-redes/>>. Acesso em 28/01/2018.

²⁴ Disponível em: <<https://www.4kdownload.com/pt-br/products/product-stogram>>.

A dinâmica transmídia potencializa a visibilidade das crenças compartilhadas por meio de ações repetitivas em rede. A *hashtag* #cadêaprova, por exemplo, foi amplamente compartilhada no *Facebook* e *Twitter*. Para impulsionar seu ranqueamento, a página do Partido dos Trabalhadores (PT), no *Facebook*, realizou uma publicação convocando seus ativistas para um “tuitaço”. As *hashtags*, originalmente utilizadas como ferramenta de monitoramento digital, tornaram-se símbolos de um posicionamento, criando conexões entre plataformas midiáticas. Assim, o objetivo da ação no *Facebook* era responder ao comportamento migratório dos públicos, oferecendo novos pontos de entrada para a narrativa criada (ALZAMORA; ANDRADE, 2016). Ao mesmo tempo, quando a *hashtag* passa a vigorar nos *trends*, aumenta sua influência na agenda pública. Segundo Groshek e Groshek (2013), isso pressupõe a emergência de uma *Agenda Trending*.

Poell e van Dijck (2015) afirmam que os *trends* identificam as novidades mais recentes e escalonam os tópicos de tendência por região, cidade ou país. Porém, por mais que o ranqueamento seja fruto do engajamento social, os autores advertem que os *Trends* podem não traduzir diretamente os interesses dos usuários, pois são mediados também pelos processos algorítmicos²⁵. São eles que ordenam a relevância de determinada informação, podendo incluir ou excluir sinais particulares. Nem sempre os tópicos de tendência são determinados pelo volume de *tweets* porque o algoritmo se adapta em razão da velocidade de mudança dos termos-chave.

Os autores também destacam semelhanças na relação dos algoritmos com o *feed* de notícias (FB)²⁶ do *Facebook* e outras redes sociais online usadas por ativistas. De acordo com Poell e van Dijck, essas plataformas penetram na comunicação pessoal cotidiana, oferecendo uma oportunidade para o compartilhamento de causas sociais, culturais e políticas. Porém, os interesses que ligam os usuários dispersos nessas redes sociais online geram momentos instantâneos e breves de união. Essa ligação, inevitavelmente, se dissolve quando são conectados algorítmicamente ao próximo tópico de tendências. A apresentação contínua de

²⁵ Para Tarleton Gillespie (2014), a palavra algoritmo se refere a uma fórmula matemática, códigos ou *softwares* que reconhecem uma informação e geram outra em seu lugar. Isso configura uma ação *input/output*. Cada plataforma midiática é dotada de uma série de algoritmos que são responsáveis pela relevância da informação compartilhada. Gillespie denomina esse tipo como “algoritmo de relevância pública” (*public relevance algorithms*), sendo essencial para criar a seleção de dados que vemos e disseminamos todos os dias.

²⁶ O *feed* de notícias foi criado em 2006 e funciona como uma rede de apresentação de conteúdos, elencando informações determinadas como relevantes pelos algoritmos (SANGHVI, 2006).

novos tópicos é o que mantém as plataformas ativas, estimulando o acesso e a interação no intuito de gerar ação contínua.

6. Considerações finais

A dinâmica transmídia de notícias falsas funda-se em processos sofisticados de engajamento social que se manifestam significativamente como experiência colateral, operação de sentido que adiciona informação à semiose com base em familiaridade prévia com o objeto. Nessa perspectiva, a notícia é entendida como processo de significação cujo efeito prático será uma crença compartilhada na forma de opinião.

A concepção pragmática da verdade é um ideal normativo que baliza o desenvolvimento da semiose, não um atributo da notícia. Falsidade e veracidade são, portanto, operações de sentido que permeiam a semiose das notícias. Culminam em efeitos (interpretante) que representam a relação que a notícia (signo) estabelece com suas referências (objeto) com vistas a mediar a formação de certa opinião. A dúvida (natureza icônica) busca revisar uma crença estabelecida ou fixar crença concorrente por meio de verificação (natureza indicial), com vistas a produzir uma crença que alcance o estatuto de convenção social, ainda que arbitrária (natureza simbólica), na forma da designação social “falsa” ou “verdadeira”. A semiose das notícias desdobra-se transmidiaticamente e tão mais amplo será seu alcance, quanto mais firme for a crença que a delinea.

O contexto de polarização política no Brasil favorece a circulação transmídia de notícias falsas, razão pela qual buscou-se observar a questão nesse contexto. As interações registradas no *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* em torno de notícias relacionadas ao julgamento em segunda instância do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, realizado em 24 de janeiro de 2018, foram observadas mediante procedimentos de coleta manual e automática. Os resultados demonstraram que o engajamento social no cenário investigado foi impulsionado por componentes simbólicos, como associação a celebridades e uso de *hashtags* com conotação de polarização política.

Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, vol. 13, number 2, Spring 2017, p. 211-236. Disponível em: <<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>>. Acesso em: 25/02/2018.

ALSINA, R. **A construção da notícia**. Trad.: Jacob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2005.

ALZAMORA, G. Televisão em semiose: mídia, intermídia, transmídia. **XXVI Encontro Anual da Compós**, Faculdade Casper Líbero, São Paulo – SP, 06 a 09 de junho de 2017. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_FG1AZ7KPGK43U2SK4OT2_26_5335_21_02_2017_13_09_09.pdf>. Acesso em: 25/02/2018.

ALZAMORA, G.; ANDRADE, L. A representação do Impeachment Day mediada por hashtags no Twitter e no Facebook: semiose em redes híbridas. **Revista Interin**, v.2, n. 21, p. 100-121, jul/dez 2016. Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/478/pdf>>. Acesso: 25/02/2018.

BALZAC, Honoré. **Os jornalistas**. Trad. João Dmonech. Rio de Janeiro: Ediouro, 1991.

BERGMAN, Mats. C.S. Peirce on interpretation and collateral experience. **Signs**. Vol. 4, p. 134-161, 2010.

CAMPONEZ, José Carlos Costa dos Santos. Fundamentos de deontologia do jornalismo – a auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007). **Tese** (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal, 2009, 595p.

DAHLGREN, P. **The political web**. Media participation and alternative democracy. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013.

FISH, M. **Peirce, semeiotic, and pragmatism**: essays by Max H. Fisch. In: KETNER, Kenneth Laine; KLOESEL, Christian J. W. (orgs). Bloomington: Indiana University Press, 1986.

GILLESPIE, T. The Relevance of Algorithms. In: GILLESPIE, T.; BOCZKOWSKI, P. J.; FOOT, K. A. (Eds.). **Media technologies**: essays on Communication, Materiality, and Society. Cambridge; London, 2014, p. 167-193.

GROSHEK, J., GROSHEK, M. C. Agenda Trending: Reciprocity and the Predictive Capacity of Social Network Sites in Intermedia Agenda Setting across Issues over Time. **Media and Communication**, 1(1), 15-27, 2013. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2199144>>. Acesso em 15/10/2017.

IGARZA, R. Nuevas formas de consumo cultural: por qué las redes sociales están ganando la batalla de las audiencias. **Revista Comunicação, mídia e consumo**. Ano 7, vol. 7, número 20. São Paulo: ESPM, 2010.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Trad.: Susana Alexandria. São Paulo: Aleph Editora, 2008.

JENKINS, H. **The revenge of the origami unicorn: seven principles of Transmedia Storytelling**, 2009. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html>. Acesso em 25/02/2018.

JENKINS, H. **Transmedia education**: the 7 Principles Revisited, 2010. Disponível em <http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_principles.html>. Acesso em 10/10/2017. Acesso em 25/02/2018.

JENKINS, H. **Telling Stories**: Lina Srivastava Talks About Transmedia Activism (Part One). 19 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://henryjenkins.org/blog/2016/01/telling-stories-lina-srivastava-talks-about-transmedia-activism-part-one.html>>. Acesso em: 20/10/2017.

JENKINS, H. Transmedia Logics and Locations. In: BENJAMIN, W.; KURTZ, D.; BOURDAA, M. **The Rise of Transmedia**: Challenges and Opportunities. New York: Routledge, 2017, p. 220–240.

KINDER, M. **Playing with Power in Movies, Television, and Video Games**. From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press, 1991.

LIPPMANN, W. **Opinião Pública**. Petrópolis: Vozes, 2008.

NÖTH, Winfried. **A semiótica no século XX**. São Paulo: AnnaBlume, 1996.

- PEIRCE C. S. **A fixação da crença**. Popular Science Monthly, v. 12, New York, November 1877, p. 1-15.
- PEIRCE, C. S. **Charles Peirce**: Selected Writings (values in a universe of chance). In: WIENER, Philip P. (ed). Nova York: Dover Publications, 1966.
- PEIRCE, C. S. **Os pensadores**. Tradução Armando Mora D'Oliveira e S. Pomerangblum. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- PEIRCE, C. S. **Semiótica**. Tradução J. Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 1990.
- POELL, T.; VAN DIJCK, J. Social Media and Activist Communication. In: ATTON, C. (Ed.), **The Routledge Companion to Alternative and Community Media**. London: Routledge, 2015, p. 527-537.
- SANGHVI, R. Facebook Gets a Facelift. In: **Notas de Facebook**. 05 set. 2006. Disponível em: <<https://www.Facebook.com/notes/Facebook/Facebook-gets-a-facelift/2207967130>>. Acesso em 12/09/2017.
- SANTAELLA, Lúcia. **A assinatura das coisas** – Peirce e a literatura. Rio de Janeiro: Imago, 1992.
- SARLO, B. O animal político na web. Serrote – **Revista de ensaios, artes visuais, ideias e literatura**. São Paulo: Instituto Moreira Salles, número 7, março, 2011.
- SHOK, J. **Os pioneiros do pragmatismo americano**. Trad.: Fabio M. Said. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2002.
- SORIANO, C. Transmedia mobilization: Agency and literacy in minority productions in the age of spreadable media. **The Information Society**, 32:5, 2016, p. 354-363. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/01972243.2016.1212620>>. Acesso em 07/12/2017.
- SRIVASTAVA, L. **Transmedia Activism**: Telling Your Story Across Media Platforms to Create Effective Social Change, 2009. Disponível em: <http://www.mediarights.org/news/Transmedia_Activism_Telling_Your_Story_Across_Media_Platforms_to_Create_Eff>. Acesso em: 30/12/2017.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – porque as notícias são como são. vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.
- WALL, C. **Sobre Pragmatismo**. Trad.: Cassiano Terra Rodrigues. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- VIEIRA, V. O papel da comunicação digital na Primavera Árabe: apropriação e mobilização social. **V Congresso da Compolítica**. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013. Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT05-Comunicacao-e-sociedade-civil-VivianPatriciaPeronVieira.pdf>>. Acesso em 02/01/2018.