

Desinformação no 2º Turno das Eleições Presidenciais: Perspectivas Sobre a Definição e Categorização das Informações Falsas¹

Lizete Barbosa da Nóbrega²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

O artigo propõe fazer uma breve revisão de literatura sobre o conceito de fake news e desinformação, centrando sua análise na definição de desordem informacional elaborada por Claire Wardle e Hossein Derakhshan. Com base na bibliografia e nos sete tipos de desinformação elencados, foi realizado um trabalho de coleta e categorização de 63 informações checadas pelo projeto Comprova durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022. O objetivo é compreender quais os formatos mais comuns da desinformação e analisar os avanços do conceito e as suas limitações na prática.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; fake news; desordem informacional; eleições.

INTRODUÇÃO

O debate sobre o fenômeno da desinformação ganhou corpo e força nos últimos anos, principalmente após seus impactos começarem a ser vistos em processos eleitorais, políticas públicas e até no combate a doenças. Longe de ser nova, a mentira atuou em diversos momentos históricos e foi amplificada com o avançar tecnológico. “A invenção da prensa de Gutenberg em 1493 amplificou dramaticamente a disseminação de desinformação e informações falsas e entregou as primeiras notícias fraudulentas em grande escala” (POSETTI & MATTHEWS, 2018, p.1).

Se no século XV a prensa de Gutenberg alavancou esse compartilhamento, no século XXI os algoritmos das plataformas digitais ultrapassaram qualquer barreira física para o alcance desses conteúdos. “Em resumo, a falsificação de notícias já existe há muito tempo, e cada avanço tecnológico, do telégrafo no século XIX aos algoritmos contemporâneos de mídia social, desencadeou novas possibilidades de engano e fabricação.” (GELFERT, 2018, p. 90).

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Doutoranda em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, email: lizete.nobrega@usp.br

Essas novas possibilidades criaram um cenário de desordem informacional em que as consequências em si começam a ser vistas nos últimos anos. Um dos primeiros marcos do que podemos chamar dessa “desinformação moderna”, orquestrada com o auxílio da arquitetura das plataformas digitais, trata-se das eleições presidenciais estadunidenses de 2016, em que o termo *fake news* ganha vida com Donald Trump.

Ao lado da saída do Reino Unido da União Europeia, as eleições foram marcadas por intensas campanhas de desinformação, que revelou o quão lucrativo podia ser esse processo. O caso da *Cambridge Analytica*³ também desnuda o papel que as redes sociais possuem na emergência desse fenômeno, tanto pela circulação dos conteúdos, como pelo microtarguamento que elas permitem, auxiliando a criação de campanhas direcionadas.

Se em um primeiro momento a internet foi vista como um espaço democrático capaz de interligar os usuários em uma espécie de esfera pública digital em sua concepção mais clássica, atualmente percebe-se que o tom positivo em relação ao tema não se concretizou. Como Benkler, Farris e Roberts apontam, a internet auxiliou tanto no processo de democratização de vozes como na descentralização da narrativa.

No entanto, colocam os autores, mesmo que esse processo de descentralização da fala auxilie em uma abertura democrática, há falhas significativas nessa democratização em si. Eles destacam cinco delas. A primeira trata da dificuldade de converter movimentos de protestos online em uma ação estruturada que seja capaz de promover mudanças no longo prazo. A segunda falha também pontua a dificuldade de transição dos movimentos descentralizados para uma organização estruturada.

Já o terceiro modo de falha da relação internet e democracia pontua o poder centralizado e orientado por dados que tem a possibilidade de alcançar - e manipular - milhões de pessoas. Já o quarto ponto elencado pelos pesquisadores trata de como a arquitetura das redes pode ser utilizada por multidões repressoras, como práticas de doxing, assédio e intimidação online. O último ponto apresentado indica a suscetibilidade da internet para desinformação e propaganda.

Esses elementos traçam um bom cenário para a compreensão de como a internet é um fator significativo para a desordem informativa e democrática atual. Os princípios

³ A Cambridge Analytica era uma empresa de consultoria política britânica que ficou conhecida pelo escândalo que envolveu sua atuação nas eleições americanas de 2016. A empresa usou dados coletados no Facebook de pelo 87 milhões de usuários para mapear seus perfis e fazer propaganda política direcionada. A companhia era presidida por Steve Bannon, então principal assessor de Trump (G1, 2022).

democratizantes da rede também se colocam como instrumentos de manipulação da realidade, o que vem se tornando uma grande arma política.

As eleições presidenciais brasileiras de 2018 mostraram um amplo sistema de desinformação e disparos de mensagens em massa por meio de plataformas digitais e serviços de mensageria (MELLO, 2020). A desinformação se tornou, de certo modo, uma estratégia de campanha permanente nos últimos anos. Por ter um caráter ligado também à mobilização de afetos e se destacar pela sua característica multiplataforma, o ecossistema criou realidades paralelas com graves ataques às instituições democráticas.

Em 2022, a realidade não foi diferente. O próprio presidente do Tribunal Superior Eleitoral, ministro Alexandre de Moraes, disse que a disseminação de desinformação no pleito havia sido ‘desastrosa’, principalmente na segunda etapa (DESINFORMANTE, 2022). Um estudo conduzido pelo Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais da UFRJ, o Netlab, e coordenado pela professora e pesquisadora Marie Santini mostrou o aumento significativo da circulação de desinformação no segundo turno do pleito em relação ao primeiro. Houve um crescimento de 57% no Twitter, 23% no Telegram, e 36% no WhatsApp. A média diária de mensagens falsas nas plataformas cresceu de 196,9 mil antes do primeiro turno para 311,5 mil depois (SANTINI *et al*, 2022).

Diante desse cenário, torna-se ainda mais urgente compreender como a desinformação circula e se apresenta. Além disso, coloca-se como necessário uma compreensão do fenômeno e a caracterização dele. Neste trabalho buscamos contextualizar o cenário e problematizar a conceituação do termo.

Na próxima seção, a partir de uma revisão bibliográfica, apontamos brevemente a dificuldade de definir o termo e adotamos para nossa análise a noção de um ecossistema de desordem informativa apresentado pelos pesquisadores Claire Wardle e Hossein Derakhshan. Com isso, a partir da caracterização realizada pelos autores, buscamos explorar e analisar quais seriam os tipos de conteúdos desinformativos que mais circularam no segundo turno das eleições presidenciais brasileiras.

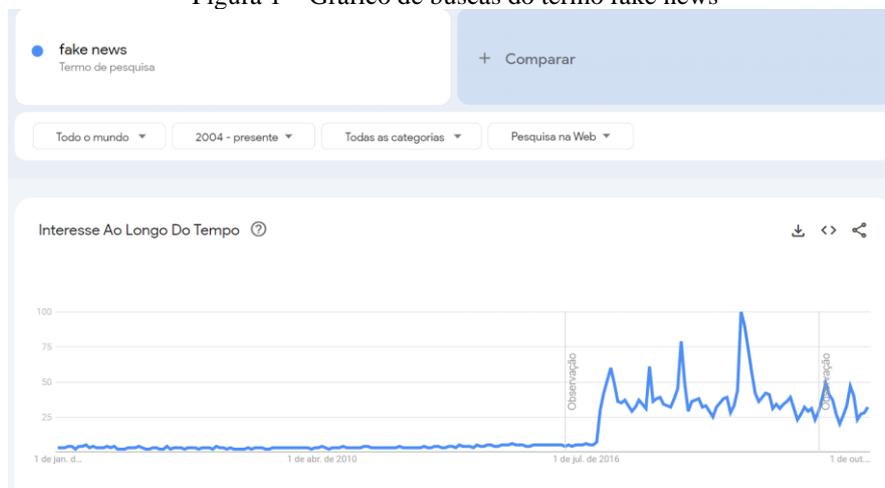
A análise foi realizada a partir de todas as checagens realizadas pelo projeto Comprova - 63 ao todo – de 2 a 30 de outubro. Utilizamos os conceitos que serão apresentados para categorizar o teor desinformativo das informações e destacamos os desafios de delimitar o que é desinformação e as formas que ela aparece no contexto brasileiro.

AFINAL, O QUE É DESINFORMAÇÃO?

Com a emergência do fenômeno, pesquisadores ao redor do mundo se debruçaram sobre o tema da desinformação em busca de entender suas nuances e realizar um esforço em busca de conceituar, descrever e diferenciar ele da “simples” prática da mentira, por exemplo. O termo que foi primeiro utilizado para definir esse processo foi ‘*fake news*’. Utilizado em abundância pelo seu expoente Donald Trump, a expressão se tornou comum até em países que não possuem a língua inglesa como nativa.

A imagem do gráfico a seguir (Fig. 1) mostra a busca pelo termo *fake news* no Google em todo o mundo desde 2004. Percebe-se um crescimento nas buscas a partir de setembro de 2016, com picos em janeiro de 2017, janeiro de 2018, outubro de 2018 e março de 2020, onde o gráfico apresenta sua maior alta e coincide com a primeira onda da pandemia de Covid-19. O quadro foi gerado pelo Google Trends, uma ferramenta que monitora as pesquisas realizadas, apontando tendências e os termos mais procurados a partir de busca temporal e geográfica.

Figura 1 – Gráfico de buscas do termo fake news



Fonte: Print realizado pela autora

A explosão de buscas também se tornou uma explosão de pesquisas. “A abundância de [tentativas de] definições que surgiram levaram alguns a temer que a heterogeneidade do termo ‘fake news’ resulte em ‘um termo abrangente com múltiplas definições’” (GELFERT, 2018, p. 94, *tradução nossa*). No intuito de compreender quais seriam os pontos de contato entre essas diversas definições, Gelfert (2018) faz uma revisão de literatura em que percebe haver três eixos que se repetem nas definições: a inclusão do papel da internet na produção e disseminação de conteúdo; a fabricação de

um conteúdo que desconecta a notícia do mundo real; e a deliberada intenção de enganar. Com isso, propõe um entendimento do tema a partir do design das alegações falsas.

Um dos trabalhos que também busca, por meio de um estado da arte, compreender as nuances das *fake news* é o artigo *Defining “Fake news”* dos autores Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling. Amplamente citado e referenciado, o trabalho analisa 34 artigos acadêmicos de 2003 a 2017 que definem e operacionalizam o termo. Como resultado, os pesquisadores chegam em uma tipologia de *notícias falsas* a partir de duas dimensões: artificialidade e engano. Assim, apresentam seis formas nas quais as *fake news* podem se apresentar com base nos artigos estudados. São elas: sátira, paródia, fabricação, manipulação de fotos, publicidade e, por fim, a propaganda.

A definição do termo não é um consenso acadêmico, assim como seu próprio uso. Enquanto alguns defendem o seu uso, a pesquisadora a britânica Claire Wardle e o pesquisador iraniano-canadense Hossein Derakhshan (2017), qualificam o termo *fake news* como simplista e inadequado. Autores de um trabalho de referência no tema, Wardle e Derakhshan acreditam que a expressão não consegue contemplar os complexos fenômenos da ‘poluição da informação’, como denominam.

Outro ponto que os pesquisadores alegam para afastar o uso de *fake news* é a apropriação dele por políticos que buscam minar informações contrárias a seus interesses. A estratégia foi e é amplamente utilizada por governantes, como os ex-presidentes dos Estados Unidos e do Brasil Donald Trump e Jair Bolsonaro (MELLO, 2020) e uma forma de reprimir e minar a imprensa livre (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 5).

O professor e pesquisador da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, Eugênio Bucci, também aponta outro motivo para afastar o termo. No título de seu artigo, o pensador já faz a primeira defesa: News não são fake – e fake news não são news. Para ele, o termo é um oxímoro, ou seja, uma contradição, e, portanto, não possui lógica nem fundamento porque as notícias, mesmo que possam conter informações incorretas, são apuradas e editadas por jornalistas e redações profissionais.

A visão apurada aponta para a necessidade de se olhar para além do termo *fake news*. Já o material levantado por Tandoc *et al* (2017) mostra as múltiplas faces que as então *fake news* poderiam ter. Dessa forma, observando a amplitude do cenário e dificuldade de capturá-la, Wardle e Derakhshan (2017) propõem entender o fenômeno sob a luz do que chamam de desordem informacional, visão adotada neste artigo.

DESORDEM INFORMACIONAL

Dentro desse guarda-chuva da desordem informacional, os autores descrevem três tipos. Em inglês, elas são: ‘Mis-information’, ‘Dis-information’ e ‘Mal-information’. Em português, *misinformation* e *disinformation* costumam gerar confusões. A Unesco (2019) traduziu o ecossistema proposto como informação errada, desinformação e má-informação, respectivamente. As diferenças entre as definições são:

- Desinformação: informações falsas conscientemente compartilhadas para causar danos a uma pessoa, grupo, organização ou país;
- Informação errada: informações falsas, mas não são criadas com a intenção de causar dano;
- Informação mal-intencionada/Má-informação: informações baseadas na realidade, mas usadas para causar dano a uma pessoa, organização ou país. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 20, tradução nossa)

Para esclarecer os conceitos apresentados, os autores apresentam exemplos das eleições francesas de 2017. Para pontuar como funciona a desinformação, mencionaram a circulação de documentos alegando falsamente que o então candidato Emmanuel Macron havia aberto uma conta bancária *offshore* nas Bahamas, no caso da informação errada, citaram o ataque à Champs Elysées, em que as pessoas espalharam rumores. Por fim, destacaram como exemplo de má-informação o vazamento de e-mails de Macron na véspera do segundo turno no intuito de causar danos à campanha.

Além do falseamento da realidade, a intencionalidade é um fator determinante na compreensão do que é ou não desinformação para Wardle e Derakhshan (2017):

É um erro falar genericamente sobre as motivações dos agentes, pois elas variam em cada fase. É bastante provável que os editores (por exemplo, um editor de um programa de notícias a cabo) ou distribuidores (por exemplo, um usuário em uma rede social) de uma mensagem possam nem estar totalmente cientes do real propósito por trás de uma desinformação. Como ilustramos acima, se uma mensagem é parcial ou totalmente falsa, mas nenhum dano é pretendido por seu produtor, ela não se enquadra na definição de desinformação. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 33)

Em uma atualização de seu trabalho, Wardle (2020) complementa que a desinformação, quando compartilhada muitas vezes, de transforma na categoria entendida como “informação errada” ou “mesinformação”, uma outra tradução dada em “Entender a desordem informacional” da First Draft.

Mesinformações também descrevem conteúdo falso, mas a pessoa que compartilha não percebe que é falso ou enganoso. Muitas vezes, uma desinformação é vista por alguém que não percebe que é falsa e compartilha com suas redes, acreditando que estão ajudando. O compartilhamento de mesinformações é motivado por fatores sociopsicológicos. Quando estão on-line, as pessoas desempenham suas identidades. Elas querem se sentir

conectadas à sua “tribo”, isso pode significar membros do mesmo partido político, pais que não vacinam seus filhos, ativistas preocupados com a mudança climática ou aqueles pertencentes a uma determinada religião, raça ou grupo étnico. (WARDLE, 2020, p. 10)

Já as motivações para a criação de desinformação podem ser, de acordo com os autores, podem ser de natureza política (para ter influência em território doméstico ou internacional), financeira (para lucrar, como no caso dos garotos da Macedônia) ou social (para causar problemas ou entreter, por exemplo). O diagnóstico da desordem informacional também inclui seus três elementos: o agente, a mensagem que circula e o intérprete dessa mensagem.

No tópico da mensagem, foco desde artigo, os pesquisadores pontuam a existência de quatro características que podem tornar um conteúdo mais atraente e suscetível ao consumo e possível compartilhamento em massa: um poderoso componente visual, uma narrativa forte, provocar uma resposta emocional e ser repetida. Os autores também apontam que, apesar da discussão ter se concentrado em textos fabricados ou manipulados, a desinformação geralmente aparece em formatos visuais.

Além disso, estudos elencados pelos pesquisadores mostraram que a velocidade que o cérebro humano processa as imagens é muito maior quando comparado com textos. No caso brasileiro, como aponta Senna (2022), o formato também se estende de forma significativa para o audiovisual, principalmente pelo papel que a oralidade tem no Brasil:

Diferente dos Estados Unidos, onde os memes e os textos – estruturados como telegramas, comunicações oficiais ou material jornalístico – têm papel preponderante, no Brasil os áudios, depoimentos de vídeo e mensagens enviadas por aplicativos de comunicação direta com fortes marcas de oralidade têm muito mais protagonismo. De forma resumida e simplificada, a linguagem da desinformação norte-americana é da Cultura de Massa (a cultura popular hegemônica produzida pela indústria cultural observada por Adorno), enquanto no Brasil é a linguagem popular. (SENNA, 2022)

O ecossistema apresentado dialoga diretamente com a categorização do trabalho anterior de Claire Wardle, em que ela elaborou um diagrama para identificar as formas com que as informações enganosas se apresentavam, estivessem elas na categoria de ‘informação errada’ ou ‘desinformação’. Com esse esforço, chegou a 7 tipos:

Sátira ou paródia: sem intenção de causar danos, mas com potencial de enganar; Conteúdo enganoso: usado para enquadrar uma situação ou pessoa; Conteúdo impostor: quando conteúdo genuíno é imitado; Conteúdo fabricado: conteúdo 100% falso, criado com intenção de causar danos; Conexão falsa: quando manchetes, imagens ou legendas não confirmam o conteúdo; Contexto falso: quando conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa; Conteúdo manipulado: quando informação ou imagem genuína é manipulada para enganar. (WARDLE, 2020, tradução nossa)

Além desse esforço, os autores buscaram delimitar quais conteúdos poderiam ser entendidos como desinformação sob essa ótica de divisão, como representado na figura:

Figura 2 – Desordem informacional



Fonte: Unesco, 2019, p. 48

A partir dessa visão e utilizando o ecossistema da desordem informacional como base, o trabalho busca, a seguir, identificar quais os tipos de desinformação mais comuns e que mais circularam no segundo turno das eleições de 2022. O esforço pretende também testar a categorização elencando suas virtudes e fraquezas quando se analisa o corpus.

A CATEGORIZAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES

As eleições de 2022 foram um marco para a história brasileira. Extremamente polarizado, o pleito foi permeado de informações falsas (SANTINI, 2022) dos dois espectros, com táticas de guerrilhas digitais que levaram especialistas a debaterem a legitimidade delas (GUERRA, 2022). No meio desse processo, também atravessado por muita violência política, jornalistas, por meio de práticas de checagem de fatos, buscavam amenizar os efeitos das informações falsas que circulavam por meio das redes.

A checagem de fatos é uma prática jornalística que realiza a verificação das informações *a posteriori*: “ou seja, a verificação acontece depois de alguma declaração de autoridades ter relevância pública e não como uma rotina sistemática a priori da publicação” (NÓBREGA, 2021).

Uma das iniciativas brasileiras que atuaram de forma significativa nas eleições é o Projeto Comprova, uma coalizão de organizações jornalísticas de todo o país. Foi idealizado e desenvolvido pelo First Draft com a colaboração da Abraji, Projor, Google

News Initiative e Meta Journalism Project. As eleições de 2022 compreenderam a quinta fase do projeto, onde atuaram 43 veículos jornalísticos. Juntos, realizaram no período 378 reportagens investigativas publicadas, que mostraram que 96,7% das postagens verificadas eram falsas ou enganosas (COMPROVA, 2022).

A escolha do material que será verificado pelas agências é um dos temas que levanta crítica de pesquisadores que tensionam a prática (USCINSKI; BUTLER, 2013) por levantar uma ideia mais subjetiva em uma função que preza pela – e prega a – objetividade. Além disso, pela desinformação se espalhar com características multiplataforma e em diversos formatos, é impossível abarcar o universo dos conteúdos que serviram de base para a escolha das checagens.

Em sua metodologia, o Projeto Comprova explica que a decisão para verificar um conteúdo leva em consideração “a repercussão ou o potencial de alcance desse conteúdo, medido por ferramentas de monitoramento digital ou de prognósticos métricos que identifiquem as histórias com maior amplitude e potencial de propagação” (COMPROVA, s/d, online).

Das 378 verificações durante a quinta fase, 63 foram realizadas entre os dias 2 e 30 de outubro - período que compreende o segundo turno das eleições. Esse montante foi o material utilizado para este artigo. Das 63, apenas uma recebeu a etiqueta de ‘Comprovado’ pelo projeto. Entre as outras 62, 23 foram classificadas como ‘enganosas’ e as outras 39 como falsas.

O projeto Comprova possui quatro etiquetas para classificar as suas verificações:

Tabela 1 - Etiquetas utilizadas pelo projeto comprova

Enganoso	Conteúdo retirado do contexto original e usado em outro de modo que seu significado sofra alterações; que usa dados imprecisos ou que induz a uma interpretação diferente da intenção de seu autor; conteúdo que confunde, com ou sem a intenção deliberada de causar dano.
Falso	Conteúdo inventado ou que tenha sofrido edições para mudar o seu significado original e divulgado de modo deliberado para espalhar uma falsidade.
Sátira	Memes, paródias e imitações publicadas com intuito de fazer humor. O Comprova verifica conteúdos satíricos quando percebe que há pessoas tomando-os por verdadeiros.
Comprovado	Fato verdadeiro; evento confirmado; localização comprovada; ou conteúdo original publicado sem edição.

Fonte: Elaborado pela autora com informações do Projeto Comprova

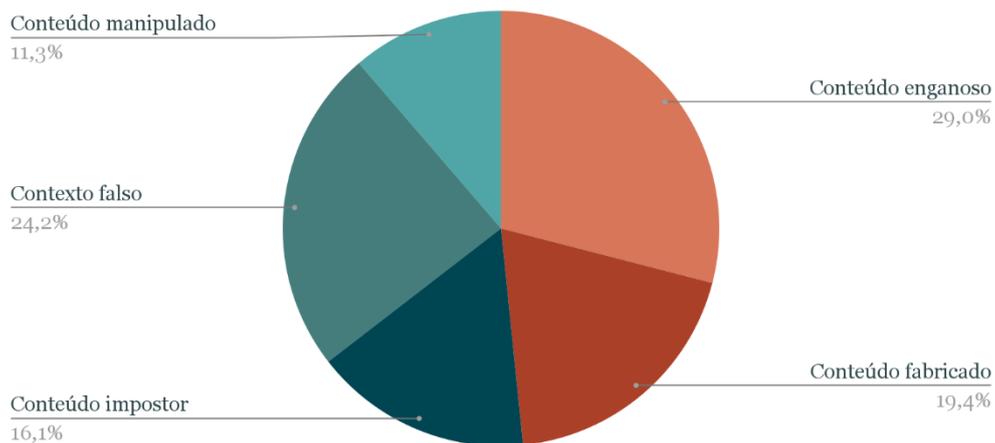
As etiquetas do Comprova se assemelham, de certa forma, com a categorização proposta por Wardle (2017). Não é uma mera semelhança. O projeto, como já dito, foi

elaborado e realizado pelo First Draft, coalizão que tem Claire Wardle como diretora executiva.

A partir do universo de 62 checagens falsas ou enganosas verificadas pelo Projeto Comprova, foi realizado um processo de categorização a partir do conceito da pesquisadora Claire Wardle (2017, 2020), levando em consideração as sete classes de ‘desinformação’ e ‘informação errada’ e suas definições: Sátira ou paródia; Conteúdo enganoso; Conteúdo impostor; Conteúdo fabricado; Conexão falsa; Contexto falso; Conteúdo manipulado.

Essa primeira categorização está retratada no gráfico 1, elaborado com a análise de cada um dos 62 conteúdos taxados como não-verdadeiros em busca de elencar a categoria adequada de cada um deles.

Gráfico 1 - Primeira categorização a partir dos sete tipos de informações falsas ou desinformação



Fonte: Elaborado pela autora

A categorização apresentada acima, no entanto, traz uma visão limitada do processo, visto que, em pelo menos em seis conteúdos foi possível perceber a presença de ao menos duas categorias elencadas por Wardle. Tal ponto destacou a heterogeneidade dos formatos em que a desinformação se apresenta e a dificuldade de muitas vezes nomear o motivo de aquele conteúdo ser falso. Ressalte-se que essa dificuldade apresentada não se relaciona com a checagem do fato - determinar se ele é verdadeiro ou não - e sim nomear como ela é falsa e em qual tipo ela se encaixa.

Um exemplo desses conteúdos é um áudio falsamente atribuído a *Ciro Gomes*⁴, em que supostamente o político fala sobre tomada de poder pelas Forças Armadas caso o candidato Lula fosse eleito. Pela verificação do *Comprova*, a gravação fraudulenta foi gerada a partir de técnicas de *deepfake*⁵. Pela conceituação apresentada por *Wardle* (2017), tal desinformação poderia ser caracterizada como um conteúdo impostor (quando o conteúdo imita uma fonte genuína, como autoridades, para disseminar uma desinformação) ou como um conteúdo fabricado (novo conteúdo que é 100% falso, criado para enganar e causar danos).

No aprofundamento que faz de suas categorias, *Wardle* (2020) destaca como a inteligência artificial vem alimentando essa “nova onda” de conteúdos fabricados com um alto potencial de enganar os usuários.

Um outro caso em que duas categorias definem uma desinformação é um vídeo em que se sugere que o então candidato *Luiz Inácio Lula da Silva* forçou um beijo em uma criança durante um comício⁶. A peça desinformativa traz um vídeo do presidente em comício e uma narração que engana ao passar a impressão de que ele teria a intenção de dar beijo na boca de uma menina durante evento de campanha. O conteúdo foi analisado como enganoso por utilizar informações de forma enganosa para levar a pessoa a uma conclusão diferente da realidade. Além disso, ele também pode ser categorizado como um contexto falso visto que o vídeo em si é verdadeiro, mas é retirado de contexto.

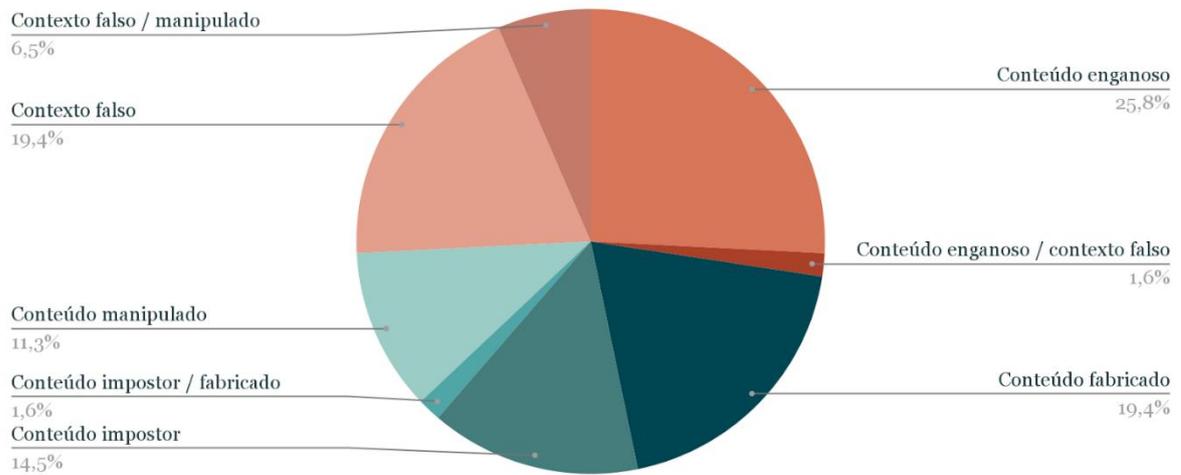
Considerando esses exemplos e outros conteúdos que transbordam um tipo específico, foi elaborado o gráfico 2. Ele apresenta a categorização na sua totalidade, indicando os conteúdos que não são capazes de serem enquadrados em apenas uma definição. Tal perspectiva apresenta a multiplicidade de formatos capazes de enganar, seja pelo contexto, pela manipulação ou simplesmente por suggestionar uma interpretação diferente daquela pretendida.

⁴ Verificação disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/e-falso-o-audio-atribuido-a-ciro-gomes-sobre-tomada-de-poder-pelas-forcas-armadas-caso-lula-seja-eleito/> Acesso em: 03 jan. 2023.

⁵ “O termo *deepfake* refere-se às mídias sintéticas nas quais imagens ou sons capturados de determinadas pessoas são substituídos pelos de outras por meio de técnicas avançadas de aprendizagem de máquina e Inteligência Artificial (IA), com a finalidade de manipular conteúdos visuais e/ou sonoros, com enorme potencial de falseamento da realidade” (FANAYA, 2021).

⁶ Verificação disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/video-enganao-sugerir-que-lula-forcou-beijo-em-comicio/> Acesso em: 05 jan. 2023

Gráfico 2 - Segunda categorização a partir dos sete tipos de informações falsas ou desinformação, considerando os conteúdos enquadrados em duas categorias



Fonte: Elaborado pela autora

Outro fator importante de análise é a quantidade de informações categorizadas como ‘conteúdo enganoso’. A própria Claire Wardle (2020) reforçou a dificuldade de delimitar as fronteiras do enganoso, o que faz com que muitos conteúdos nessa categoria pela sua abrangência.

“É difícil definir o que é enganoso exatamente porque tem a ver com o contexto e as nuances e com quanto de uma citação é omitida. Até que ponto as estatísticas foram manipuladas? A maneira como uma foto foi cortada mudou significativamente o significado da imagem?” (WARDLE, 2020).

Percebemos, portanto, uma dificuldade em categorizar esses conteúdos a partir dessas nuances apresentadas. Porém, o esforço apresenta um bom cenário para se compreender alguns pontos da fabricação de informações falsas e se pensar formas de combatê-las. Analisa-se, por exemplo, que sugestões e interpretações são muito utilizadas para enganar, dificultando muitas vezes a checagem dos fatos. Além disso, analisa-se o crescimento de conteúdo manipulado, em que se enquadram as chamadas *deepfakes* que, vão ganhando espaço principalmente com o avanço da Inteligência Artificial generativa.

Além do foco nas sete categorias abordadas, é interessante analisar como o diagrama da desordem informacional se adequa ao cenário. Em 2017, quando apresenta o ecossistema, Wardle indica (Figura 2) que o conteúdo enganoso estaria na seara da ‘informação errada’, ou seja, que é uma falsa, mas não possui intenção de enganar. Ele se caracterizaria como uma informação usada para enquadrar uma situação ou pessoa e que é utilizada para levar a uma conclusão diferente.

A questão é como identificar a intenção de alguém quando dissemina algum conteúdo. Para a pesquisadora, a intencionalidade vai se perdendo à medida em que o conteúdo é compartilhado, o que pode até dar a entender que toda falsificação nasce com o intuito do dano, mas nem sempre é repassado com esse mesmo desejo. Analisar isso, no entanto, vai além dos limites de uma simples categorização, visto que abarca subjetividades inerentes aos atores envolvidos no processo.

Por fim, cabe destacar a ausência de dois tipos no processo de categorização: conexão falsa e sátira. O primeiro deles está muito conectado à ideia de conteúdos “caça-cliques”, ou seja, quando manchetes não correspondem ao que consta no texto. O uso de termos sensacionalistas para atrair o público se torna cada vez mais comum em um ecossistema que necessita da atenção das pessoas. Tal categoria não foi encontrada no universo dessa pesquisa e pode se atribuir isso por estar muito ligada à má prática jornalística e os veículos não estão no escopo de verificações do Projeto Comprova.

Outra categoria que não consta é a sátira ou paródia. Identificado com um baixo potencial de causar dano, o humor pode enganar caso o usuário não entenda o contexto que aquela informação está inserida. Por ter diversas especificidades, raramente é alvo de verificações por parte dos checadores de fatos.

Certamente, sátira inteligente e paródia eficaz devem ser consideradas formas de arte. O desafio nesta era de transtorno da informação é que a sátira é usada estrategicamente para contornar os fact-checkers e distribuir rumores e conspirações, sabendo que qualquer resistência pode ser descartada, afirmando que o conteúdo não foi criado para ser levado a sério. (WARDLE, 2020, p. 13)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo pretendeu colocar na prática um dos conceitos mais utilizados nos estudos da desinformação. A categorização elencada por Claire Wardle serve de base para diversos trabalhos acadêmicos e traz um olhar interessante para se pensar o fenômeno de forma ampla e abrangente, mas também traz alguns pontos de atenção. A diferenciação entre ‘informação falsa’ e ‘desinformação’ a partir da intenção, por exemplo, se coloca pertinente quando precisamos excluir o erro jornalístico da noção de desinformar, mas também se coloca como um grande desafio para uma análise prática da questão.

Na execução da pesquisa e categorização também foi perceptível a dificuldade de incluir os conteúdos em apenas uma categoria, identificando como a desinformação pode ser fluida e difícil de ser capturada em um único olhar. Por isso, percebeu-se também a importância de realizar esta classificação com outros olhares, como fazem as agências de

checagem ao escolher a etiqueta para determinada verificação - sempre há pelo menos duas pessoas envolvidas na escolha.

Apesar das múltiplas definições já existentes sobre desinformação, percebe-se a necessidade de aprofundar a epistemologia do termo, compreendendo também suas nuances territoriais e culturais. Aponta-se a importância de observar o cenário brasileiro para entender quais tipos de informações falas mais circulam e quais as estratégias usadas pelos agentes da desinformação para enganar os usuários, que podem potencializar ou não a gravidade dessa disseminação.

REFERÊNCIAS

BENKLER, Y.; FARRIS, R.; ROBERTS, H. **Network Propaganda Manipulation, Disinformation and Radicalization in American Politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

BUCCI, E. **News não são fake – e fake news não são news**. In: BARBOSA, Mariana (Org.). Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, Cobogó, 2019, p. 37–48.

COMPROVA. **Comprova encerra a quinta fase com 378 reportagens publicadas**. 2022. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/publica%C3%A7%C3%B5es/comprova-encerra-a-quinta-fase-com-378-reportagens-publicadas/> Acesso em: 14 ago 2023.

COMPROVA. **Metodologia, financiamento e correção de erros**. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/about/faqs/> Acesso em: 14 ago 2023.

DESINFORMANTE. Moraes pede a plataformas reforço contra fake news no segundo turno. **Desinformante**, 19 out 2022. Disponível em: <https://desinformante.com.br/moraes-reune-plataformas-e-pede-reforco-contrafake-news-no-segundo-turno/> Acesso em: 14 ago 2023.

FANAYA, P. F. **Deepfake e a realidade sintetizada**. TECCOGS – Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, n. 23, jan./jun. 2021, p. 104-118.

G1. Mark Zuckerberg é processado nos EUA devido ao caso Cambridge Analytica. **G1**. 23 mai 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/05/23/mark-zuckerberg-e-processado-nos-eua-devido-ao-caso-cambridge-analytica.ghtml> Acesso em: 14 ago 2023.

GELFERT, A. **Fake news: A definition**. Informal Logic, v. 38, n. 1, p. 84–117, 2018.

GUERRA, R. ‘Campanha de Lula usa táticas da direita para avançar na eleição’, diz pesquisador da FGV. Estadão. 27 out. 2022. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/campanha-de-lula-usa-taticas-da-direita-para-avancar-na-eleicao-diz-pesquisador-da-fgv/> Acesso em: 14 ago 2023.

MELLO, P. C. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

NÓBREGA, L. B. O fact-checking no combate à desinformação: um estudo de caso da Agência Lupa e suas estratégias para a retomada da verdade factual. 2021. 155f. **Dissertação** (Mestrado em Estudos da Mídia). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.

POSETTI, J.; MATTHEWS, A. **A short guide to the history of ‘fake news’ and disinformation**. International Center for Journalists, 2018.

SANTINI, R. M. *et al.* **Acompanhamento da desinformação durante as eleições de 2022**. Disponível em: <https://uploads.strikinglycdn.com/files/e1b9f65e-5651-4070-af56-c4582e3acc5/Especial%20Eleições%202022%20-%20Acompanhamento%20da%20Desinformação%20Multiplataforma.pdf> Acesso em: 14 ago 2023.

SENNA, C. Desinformação à brasileira: muito áudio e voz de autoridade. 15 dez. 2022. **Desinformante**. Disponível em: <https://desinformante.com.br/desinformacao-brasileira-oralidade>. Acesso em: 14 ago. 2023.

TANDOC, Edson C. et al. Defining “Fake news”. *Digital Journalism*, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 137–153, 30 ago. 2017. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Jornalismo, fake news & Desinformação**: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. 2019.

USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. **The Epistemology of Fact Checking**. *Critical Review*, [S. l.], v. 25, n. 2, 2013, p. 162–180.

WARDLE, C. **Fake news. It’s complicated**. 16 fev. 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>. Acesso em: 06 jan 2022.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report, 27 set. 2017.

WARDLE, C. **Entender a desordem informacional**. First Draft. 2020. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x75440. Acesso em: 10 mar. 2023.