

QUANDO A *FAKE NEWS* PAUTA O DEBATE PÚBLICO¹

Um estudo da repercussão midiática de um boato envolvendo a vereadora carioca
Marielle Franco

Brena Rosiane Modesto CARVALHO²

Simone Marques de MOURA³

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O trabalho tem por objetivo refletir sobre o papel da mídia profissional em visibilizar temas que estarão na ordem do dia dos cidadãos. Para isso foi realizado um estudo de caso sobre a repercussão midiática do comentário da desembargadora Marília Castro Neves, contendo informações falsas a respeito da vereadora assassinada, Marielle Franco. O boato antes restrito às redes sociais ganhou visibilidade ao ser veiculado pelo jornal Folha de São Paulo através de artigo de autoria da jornalista Mônica Bergamo. A metodologia adotada pautou-se por uma revisão bibliográfica envolvendo os conceitos de Fake news e Agenda Setting e análise da repercussão da manchete do artigo jornalístico, ancorando-se em dados produzidos por institutos de pesquisa. Com isso, o constatou-se se o importante papel desempenhado pela mídia no agendamento de determinados assuntos, dentre os quais notícias falsas que num contexto de popularização do uso das redes sociais digitais.

PALAVRAS-CHAVE: Fake News; Hipótese da Agenda-Setting; Marielle Franco

INTRODUÇÃO

No dia 16 de março de 2018, dois dias após o assassinato da vereadora Marielle Franco (PSOL/RJ) e seu motorista Anderson Gomes, repercutiu nacionalmente o comentário falacioso publicado na plataforma Facebook pela desembargadora do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, Marília Castro Neves. O comentário da magistrada difamando a trajetória e a reputação da parlamentar carioca foi feito em resposta à postagem inicial do advogado Paulo Nader, cujo conteúdo defendia a vereadora e lamentava seu assassinato. Incomodada com a mensagem, Marília Neves teria escrito que “A questão é que a tal Marielle não era apenas uma ‘lutadora’; ela

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, INTERCOM 2024.

² Mestranda PPG COM-PUC MG, email: brena.rmc@gmail.com

³ Mestranda PPG COM-PUC MG, email: simone.mmoura@gmail.com

estava engajada com bandidos! Foi eleita pelo Comando Vermelho e descumpriu ‘compromissos’ assumidos com seus apoiadores”. Escreveu a magistrada, insinuando que a morte da vereadora foi consequência de cobrança de “dívidas”. Ela completou ainda afirmando que “Temos certeza que seu comportamento, ditado pelo seu engajamento político, foi determinante para seu fim trágico. Qualquer outra coisa diversa é mimimi da esquerda tentando agregar valor a um cadáver tão comum quanto qualquer outro”.

O comentário, antes restrito aos contatos do perfil do advogado Paulo Nader, ganhou visibilidade ao ser veiculado, no dia 16/03, no Jornal Folha de São Paulo através do artigo de autoria da jornalista Mônica Bergamo.

Poucas horas após a publicação do texto⁴, vários sites e perfis nas redes sociais já haviam difundindo as declarações da desembargadora reproduzidas no artigo sem apontar, no entanto, que eram baseadas em fatos falsos, conforme acompanhamento realizado pela iniciativa Monitor Digital (2018)⁵. Numa prática conhecida como jornalismo caça-cliques⁶, o comentário da desembargadora, pinçado pela jornalista num

Imagem 1. Postagens feitas no Facebook



⁴ Link de acesso ao artigo

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/03/maioria-recebeu-noticia-falsa-sobre-marielle-mas-nao-acredita-no-que-leu.shtml>

⁵ Monitor do Debate Político no Meio Digital. Trata-se de um projeto de pesquisa realizado desde 2016 pelo Grupo de Políticas Públicas para o Acesso à Informação (GPoPAI) com sede na USP Leste. O projeto investiga a polarização do debate político por meio de pesquisas de opinião e da análise do conteúdo político de abrangência nacional que circula nas quatro maiores plataformas de redes sociais: Instagram, Twitter, YouTube e Facebook. Site: <https://www.monitordigital.org/quem-somos/>

⁶ Também conhecido como click-bait. Sobre essa prática, destaca-se a pesquisa realizada por Samantha do Prado Gonçalves Pinto intitulada O jornalismo pela lógica das redes: um estudo do jornalismo nas redes sociais através dos caça-cliques publicado em 2023. Resultado de uma pesquisa quantitativa descritiva de análise de mais de 500 títulos do site, do impresso e das redes de Twitter e Instagram do jornal Folha de S. Paulo e do portal UOL. O estudo se valeu da coleta, análise e classificação de uma amostra não probabilística por conveniência, a partir de sua categoria de caça-clique (de acordo com as tipologias

perfil privado de uma da rede social e disseminado através do compartilhamento da manchete de seu artigo põe em alto relevo o fenômeno das fake news e a capacidade dos veículos de comunicação em pautarem o debate público.

Essa capacidade da mídia é chamada pelos teóricos da comunicação McCombs e Shaw (1972) *apud* Wolf (2005) como Hipótese da Agenda-Setting, na qual é atribuído aos veículos de comunicação de massa um papel central na definição de quais acontecimentos ou pautas serão discutidos dentro de uma agenda pública comum (WOLF, 2005), estabelecendo quais as prioridades temáticas estarão na ordem do dia da realidade cotidiana dos sujeitos sociais.

As bases teóricas para a Hipótese de Agenda-setting, de acordo com Formiga (2006), encontram-se na comunicação política, a partir de estudos funcionalistas norte-americanos voltados às análises dos efeitos de comunicação de massa⁷. Esses estudos se voltavam mais à circulação social de conhecimentos e informações sobre o âmbito político na opinião pública, do que sobre um possível processo de persuasão da mídia (WOLF, 2005).

de Costa e Gomes, 2016, e Torres e Bueno, 2018), editoria e critério de noticiabilidade. Os resultados mostram que a técnica de caça-clique é encontrada em 38% dos títulos no site da Folha de S. Paulo, frequência próxima à do portal UOL (46%). Houve prevalência de caça-cliques por exclusão, na classificação de Torres e Bueno (2018), e caça-cliques por modo verbal interrogativo, na de Costa e Gomes (2016), a maioria na editoria de entretenimento. Sinaliza-se a ampla utilização do recurso no jornalismo comercial, bem como possíveis mudanças nas dinâmicas de conversão de cliques nas redes sociais.

⁷ A pesquisa de Agenda-setting surge como reação à Teoria dos Efeitos Limitados, que deduzia a mídia com influência limitada na sociedade por ser apenas um produto de persuasão. Dessa maneira, a Agenda-setting explora contrastando com a concentração dos efeitos de curto prazo desta Teoria, bem como a limitação do conceito de opinião pública e a análise do comportamento do receptor apenas no contato com a mensagem. Neste sentido, o modelo que estava surgindo rompia com as diretrizes comunicacionais da época, ao propor, na década de 1970, a função dos meios de comunicação de influenciar a agenda pública, pautando as conversas entre os cidadãos (LAGES, 2016, p.)

A noção de Agenda-setting deriva de um paradigma funcionalista, cujas pesquisas preocupam-se em analisar e identificar os efeitos causados pelos meios, e suas funções, sobre a audiência, de acordo com Colling (2001). No entanto, é importante frisar o que McCombs (2004) destaca, de que a Agenda-setting não é um retorno à teoria hipodérmica, sobre os efeitos da mídia, já que a audiência não é constituída por seres autômatos esperando para serem programados (LAGES, 2016, p.)

Considerando o título da manchete ao lado e os dados reunidos de outras pesquisas, sobre os quais falaremos a seguir, pode-se inferir que o artigo em questão, inserido num fenômeno nomeado de jornalismo declaratório⁸ pode ter contribuído para a disseminação de uma notícia mentirosa baseada em posicionamentos e alegações infundadas da desembargadora sem que tenha sido feita a devida apuração, procedimento próprio do jornalismo profissional.

Segundo levantamento realizado pelo Monitor Digital (2018)⁹, pouco mais de 24 horas da publicação da matéria, foram feitos cerca de 650 mil compartilhamentos nas redes sociais com calúnias contra a parlamentar. Por outro lado, a replicação de conteúdos mentirosos mobilizou, quase que concomitantemente, uma onda de menções nas redes sociais buscando desmentir os boatos ancoradas em sites de checagens¹⁰. De modo que desses compartilhamentos, 73% das menções foram rebatendo os boatos e cobrando, inclusive, punições aos autores das postagens falaciosas, segundo análise realizada pela (DAPP/FGV)¹¹. A disputa de narrativas sobre a trajetória e atuação de Marielle, tendo como um dos epicentros da reverberação das notícias falsas a

Imagem 2. Manchete do artigo de autoria da jornalista Mônica Bergamo



FOLHA DE S. PAULO

Mônica Bergamo
Mônica Bergamo é jornalista e colunista.

SEGUIR

Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é 'cadáver comum'

Marília Castro Neves fez o comentário nesta sexta (16) no Facebook

⁸Segundo Araújo (2023) o jornalismo declaratório diz respeito a um uso inapropriado das declarações dadas por fontes de informação e que trariam prejuízos ao debate público. Sobre esse fenômeno indicamos o artigo Elementos para uma reflexão sobre o jornalismo declaratório de autoria de Arthur Silva de Araújo publicado em 2023.

⁹ A coluna de Mônica Bergamo repercutiu a postagem da desembargadora na noite do dia 16 e foi seguida pelo site Ceticismo Político, replicado pelo MBL e pela Revista Veja. Junto, somaram, em menos de um dia, mais de 650 mil compartilhamentos no Facebook. Como as manchetes dos três sites mais compartilhados não mencionaram que os boatos eram falsos, as matérias serviram como meio adicional de difusão das informações falsas (MONITOR, 2018).

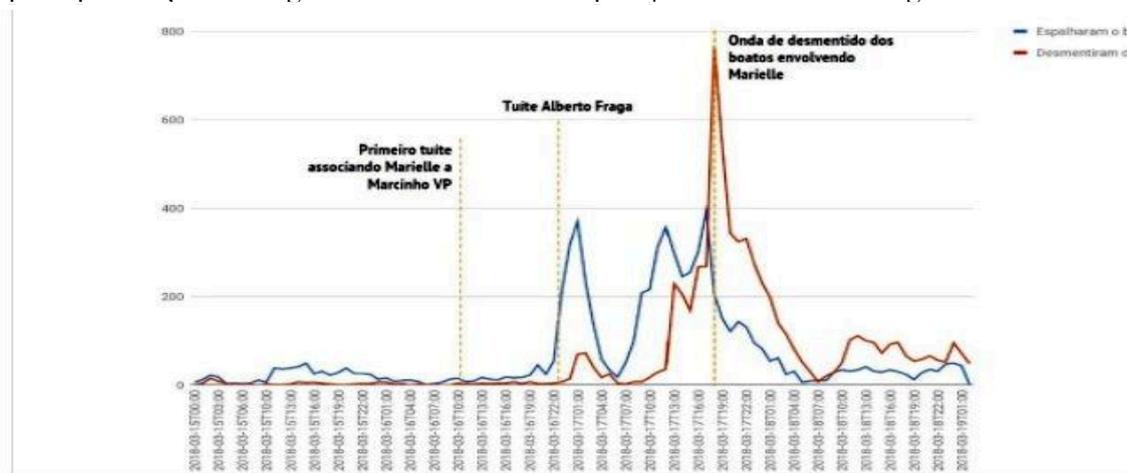
¹⁰ Os desmentidos foram feitos tendo como base as checagens feitas pelo site Aos Fatos, que num período de 48 horas teve certa de um milhão e 100 mil cliques chegando a gerar instabilidade nos servidores dada a quantidade de acessos simultâneos. Para efeito de comparação, o site costuma ter de 60 a 70 mil acessos por mês (VERMELHO, 2018) Disponível em <https://www.aosfatos.org/noticias/um-ano-depois-difusores-de-noticias-falsas-contra-marielle-seguem-im-punes/>

¹¹ Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <http://dapp.fgv.br/morte-de-marielle-franco-mobiliza-mais-de-567-mil-mencoes-no-twitter-apontalevanta-mento-da-fgv-dapp/>. Acesso em: 21 de junho de 2024.

publicação do artigo na Folha de S. Paulo pode ser observado no gráfico a seguir:

Imagem 3. Disputa de narrativas

A onda de boatos “fake news” envolvendo a parlamentar tem início na sexta-feira, dia 16/03, após a publicação de artigo na Folha de São Paulo pela jornalista Mônica Bergamo



(Crédito: FGV/DAPP)

No gráfico, a linha azul representa a onda de fake news e a linha vermelha representa a onda de desmentido, que após algum tempo conseguiu barrar a propagação de conteúdo falso.

No gráfico, ainda que o volume total de mensagens esteja equilibrado entre ambos os lados, a linha do tempo mostra que o lado crítico envolvendo os boatos (fake news) ganhou força a partir da noite do dia 17 de março. No entanto, embora as histórias inventadas sobre a trajetória da vereadora — que relacionavam sua vida e carreira ao tráfico e ao Comando Vermelho — tiveram grande repercussão não se sobrepuseram à história verdadeira de Marielle. Já em relação aos ataques à reputação da vereadora foram protagonizados por uma minoria – cerca de 7% dos que se manifestaram nas redes a respeito do caso (FGV/DAPP, 2018). No que diz respeito ao termo Fake News é importante frisar dois fatores: não se trata de um evento novo na história da humanidade¹² e não existe consenso entre os estudiosos do assunto sobre a sua conceituação. Entretanto, o novo contexto social e comunicacional produzido na era da tecnologia associada à internet é o ingrediente diferencial que confere significado novo e complexo à ação de espalhar informações falsas, o que é essencial em relação às velhas práticas de disseminação de mentiras. Por sua vez, o professor Eugênio Bucci, afirma: “fake news é a falsificação da forma notícia”. Parece ser uma notícia jornalística, mas não é”. Ele segue advertindo que “não se deve usar a expressão fake

¹² Na internet há diversos exemplos de fake news antigas ocorridas no Antigo Egito, no Império Romano e na Idade Média.

news como sinônimo de mentira, pois, aquelas (a mentira) são criações do século XXI. Já a fake news frauda a forma notícia a partir das plataformas sociais e das tecnologias digitais que favorecem a difusão massiva de enunciados”.

Considerando especificamente o artigo da Folha de S. Paulo sobre o qual tecemos uma breve análise ancorada em dados produzidos a partir de outros estudos, conclui-se que a mídia profissional através da prática jornalismo declaratório acrítico pode contribuir com a disseminação de notícias falsas pautando mesmo que de forma negativa o debate público sobre assuntos sensíveis que demandam apuração, ética e profissionalismo. No caso, da vereadora Marielle pesou na reverberação social de um dos inúmeros boatos produzidos sobre ela, o fato de ter vindo de uma figura de poder personificada na figura da desembargadora carioca Marília Castro Neves, que valendo-se de sua posição sentiu-se a vontade em se posicionar-se sobre um fato trágico como disse ela baseado no que ela ouviu falar de uma amiga. Tal situação nos convida a pensar sobre o relevante papel do jornalismo profissional na qualificação, ou não, do debate público, sobretudo, no âmbito político brasileiro.

REFERÊNCIAS.

- BERGAMO, Mônica. **Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é ‘cadáver comum’: Marília Castro Neves fez o comentário nesta sexta (16) no Facebook.** Folha de São Paulo, [S. l.], 16 mar. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2018/03/desembargadora-diz-que-marielle-estava-envolvida-com-bandidos-e-e-cadaver-comum.shtml>. Acesso em: 3 jun. 2024.
- BUCCI, Eugenio. **Fake news x desinformação: entenda qual é a diferença entre os termos:** Disponível em: <https://www.tre-go.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Agosto/fake-news-x-desinformacao-entenda-qual-e-a-diferenca-entre-os-terminos>. Acesso em: 3 jun. 2024.
- FORMIGA, F. O. N. **A evolução da hipótese de Agenda-setting. 2006.** 93 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- MCCOMBS, M.A **Teoria da Agenda: a mídia e a Opinião.**Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- MACEDO JR, R. P. **Fake news: a novidade de dizer mentiras: O atual contexto social e comunicacional confere um significado inédito e complexo à ação de espalhar informações falsas.** Observatório da Imprensa, [S. l.], Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/fake-news-a-novidade-de-dizer-mentiras/>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- MONITOR DIGITAL. **Nota Técnica nº 2, de 24 de abr. de 2018. A difusão dos boatos sobre Marielle Franco: do WhatsApp aos sites de notícias.** Disponível em <https://bit.ly/33wG0da>. Acesso em: 21 jun 2024.
- WOLF, M. **Teorias da comunicação de massa.** 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.