

## Nova Cepa da Infodemia: *Fake Opinions* Como Método de Desinformação<sup>1</sup>

Ludmila Maria Gomes da COSTA<sup>2</sup>  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### RESUMO

Esta pesquisa discorre sobre as modificações que a desinformação através das *fake news* vem sofrendo no contexto contemporâneo de desordem informacional. Apresenta-se a hipótese de que o refinamento de combate às notícias falsas deu vazão ao avanço das *fake opinions*, que diz respeito à disseminação de conteúdos falsos deliberadamente proferidos sob o pretexto da liberdade de opinião. Para exemplificar, foi feito um estudo de caso do programa “Os Pingos nos Is”, veículo hiperpartidário da Jovem Pan. Por fim, foi possível delinear que, uma vez que a narrativa inverídica é desmentida, há o apelo para a denúncia de uma suposta censura, que impulsiona o – pandemicamente crescente – negacionismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** desinformação; *fake news*; *fake opinions*; liberdade de opinião; ciberespaço.

### INTRODUÇÃO

Desde março de 2020, o contexto mundial encontra-se marcado pela pandemia da Covid-19, enfermidade causada por uma nova variante do coronavírus que se alastrou por todos os continentes do globo, com exceção da Antártida. Descrita pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como “a maior crise sanitária mundial da nossa época” (SENADO, 2020), a doença desencadeou riscos de contaminação, necessidade de isolamento social, número de mortes crescentes e fez com que cientistas do mundo inteiro se pusessem a pesquisar e desenvolver antídotos de forma emergencial para conter a propagação desenfreada do novo vírus. Estas características, no entanto, não são inéditas em cenários de problemas de saúde em larga escala, mas é possível agregar uma outra especificidade agravante para o quadro atual: a infodemia.

A designação refere-se a um número demasiado de informações – podendo ser verídicas, imprecisas ou falsas – que podem dificultar pessoas a seguirem orientações

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Mestranda no Curso de Comunicação do PPGCOM/UFRJ, email: milla\_mgc@hotmail.com

confiáveis (KALIL; SANTINI, 2020, p. 5). Todavia, enquanto o controle da Covid-19 encontra-se em um estágio gradualmente promissor, a partir do momento em que as vacinas começaram a ser aplicadas na população, o alastramento da desinformação segue paradoxalmente esse curso, apresentando ainda caráter mortal, desta vez para as instituições democráticas.

Este artigo tem o objetivo de discorrer sobre as modificações que a desinformação através das *fake news* vêm sofrendo no contexto contemporâneo de infodemia. Apresenta-se a hipótese de que o refinamento de combate às notícias falsas deu vazão ao avanço das *fake opinions*, que diz respeito à disseminação de conteúdos falsos deliberadamente proferidos sob o pretexto da liberdade de opinião.

## **METODOLOGIA**

Para compor este estudo, foram feitas pesquisas a partir de duas naturezas:

- (1) bibliográfica, para constituir a parte teórica;
- (2) imersiva e exploratória no canal do Youtube “Os Pingos nos Is”, a fim de exemplificar como ocorre a implementação da prática comunicacional proposta para debate, as *fake opinions*. O conteúdo da atração é hiperpartidário conservador e a exibição analisada foi veiculada no dia 09/01/2023, dia posterior aos atos golpistas registrados na Praça dos Três Poderes, em Brasília.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

O conceito que encabeça este estudo é o de *fake news*. O debate sobre o fenômeno foi impulsionado durante a eleição presidencial estadunidense, em 2016, disputada entre Donald Trump e Hillary Clinton. Neste contexto, surgiu uma onda de boatos que abalou a campanha da então senadora, disseminada principalmente pelo Twitter e pelo Facebook. Clinton foi apontada na época como líder de uma rede de prostituição e tráfico infantil, suposto esquema que ficou conhecido como *Pizzagate*. O nome refere-se ao lugar onde aconteceriam os abusos, o porão da Pizzaria Comet Ping Pong, em Washington. Após a repercussão do caso, um repórter do jornal *The New York Times* foi ao local e constatou que nem mesmo havia porão na pizzaria.

Este evento impulsionou a discussão acerca das notícias falsas, sobretudo no âmbito político, e as menções sobre *fake news* nas mídias sociais aumentaram 365% no

ano seguinte. Em 2017, a expressão foi eleita a palavra do ano pelo dicionário da editora britânica Collins.

Em um caminho para entender essencialmente o conceito, Rini (2017, p. 44) salienta para uma primeira característica-chave das *fake news*: a prática intencional. Não se trata de erros cometidos de forma involuntária pela imprensa tradicional – e que comumente são corrigidos –, mas de produção proposital de conteúdos supostamente jornalísticos, sendo assim, “*news*”, a fim de conferir credibilidade à mensagem.

Outra característica é o uso das mídias sociais *online*, uma vez que estas plataformas ampliam a difusão de opiniões e debates políticos a níveis descomuns. O ciberespaço propicia a prática da propaganda computacional, proveniente da desinformação e manipulação digital, que engloba a “combinação de *big data*, mineração de dados, algoritmos e inteligência artificial, que podem ser aplicados para armazenar e direcionar informações a usuários, espalhar mensagens em larga escala e simular a opinião pública *online*” (SANTINI; SALLES; MEDEIROS, 2022, p. 2). A propaganda computacional é usualmente implementada através de *bots* que simulam comportamentos humanos nas redes a fim de inflar discussões e manipular ideológica ou emocionalmente os internautas.

As *fake news*, por sua vez, são formatos possíveis de desinformação. O termo designa todo conteúdo propositalmente falso fabricado para causar danos. Pode abranger práticas além das notícias falsas, como os boatos, mentiras e calúnias. Ambos os vocábulos são fenômenos da pós-verdade, termo que marca o contexto do século XXI (D’AMARAL, 2021) no qual há valorização de opiniões pessoais em oposição aos fatos.

Três fatores podem ser cruciais para a ascensão da pós-verdade: o primeiro é o ambiente de alta polarização política, que não deixa lacuna para o debate racional. O segundo é a descentralização da informação, em decorrência do avanço das mídias sociais on-line. O terceiro é o ceticismo cada vez maior em instituições políticas e democráticas (PEROSA, 2017).

Posto isso, a opinião tem sido justamente a base da desinformação a ser explorada no presente artigo. As *fake opinions* ganharam ímpeto no ciberespaço devido à dificuldade de estabelecer mecanismos de combate. O jornalista da BandNews FM Reinaldo Azevedo utiliza a expressão com frequência em debates e nas redes sociais. Em participação ao programa de rádio “O É da Coisa”, na BandNews FM, no dia 29 de maio

de 2020<sup>3</sup>, Azevedo alega que é “*preciso entender que questões valorativas e interpretativas podem ter diversas análises, porém, só há um lado em questões técnicas ou científicas, o outro lado é mentira*”.

## CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

Embora haja avanço nos estudos referentes às *fake news*, as *fake opinions*, apresentam poucas menções *online* e esta atividade, que cresce no ciberespaço, ainda é inexplorada por estudos acadêmicos. Portanto, o estudo traz um olhar inédito para ampliar o debate sobre as novas possibilidades de desinformação.

Sobre a seleção do programa “Os Pingos Nos Is”, os números elevados de audiência motivaram a escolha. Nas mídias sociais, o programa conta com cerca de 890 mil seguidores no Facebook e 5,5 milhões de inscritos no Youtube (dados colhidos no dia 01/02/2023). Na plataforma de vídeos, inclusive, o canal do programa apresenta mais inscritos que emissoras como Globo, Band e SBT.

O outro motivo foi a conotação hiperpartidária e conservadora que a Joven Pan adotou fortemente durante as duas últimas eleições presidenciais no Brasil, sobretudo o “Os Pingos nos Is”, tornando-se, inclusive, a “voz do Bolsonarismo” no país (SOPRANA; PASSOS; WIZIACK, 2022), postura que lhe rendeu aumento de audiência, verbas do governo e de empresários apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro.

O episódio analisado do dia 09/01/2023<sup>4</sup>, com duração de 2 horas, registrou 685 mil visualizações e 1.992 comentários (dados colhidos no dia 02/02/2023). Os assuntos da atração estavam em torno das ações ocorridas em Brasília, ocasião em que o Palácio do Planalto, o Congresso Nacional e o Supremo Tribunal Federal foram invadidos, depredados e mais de 1.400 pessoas foram presas de forma imediata. O programa foi comandado pelo jornalista Vitor Brown e os comentaristas do dia foram os advogados Nelson Kobayashi e Tiago Pavinatto e o engenheiro civil Roberto Motta. Apesar do âncora e dos convidados mostrarem-se contra as ações, ao longo da exibição foi possível separar cinco principais tópicos proferidos que demonstram algumas narrativas que corroboram com pautas de desinformação vigentes no Brasil, aumento da polarização entre vieses políticos e defesa dos participantes dos atos antidemocráticos:

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4nCJ0FLRroo>. Acesso em: 12/04/2023.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JxsfgAbeoWg>. Acesso em: 11/04/2023.

**Tópico 1:** Insinuação de que os atos golpistas não foram exercidos por apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro, já que as manifestações em prol dele seriam absolutamente pacíficas, reforçando a narrativa de que haveria infiltrados da oposição nas ações

**Tópico 2:** Críticas a instituições que garantem os sistemas democráticos no país e terceirização da culpa dos atos golpistas

**Tópico 3:** Defesa de Jair Bolsonaro

**Tópico 4:** “Cidadãos de bem” que estariam sendo perseguidos por um arcabouço jurídico

**Tópico 5:** Esquerda antidemocrática e minimização da gravidade dos atos golpistas

Apesar do programa constantemente assumir a defesa de liberdade de opinião, há frases ditas ao vivo que não se tratam de meras opiniões, mas sim afirmações – trazidas como fatos – que desinformam os receptores.

## CONCLUSÃO

A infodemia e a conseqüente avalanche de narrativas lançadas no ciberespaço fizeram com que as redes sociais se tornassem um ambiente fértil para a propagação das *fake news*, que se favoreceram de uma infinidade de recursos tecnológicos que impulsionam a propagação em massa deste tipo de conteúdo. É importante salientar que o conceito começou a ganhar novas ramificações à medida que mecanismos de combate foram sendo aprimorados, tanto nas plataformas de mídias sociais, quanto no âmbito jurídico, sobretudo no contexto pandêmico, que evidenciou o caráter mortal deste conteúdo. É nesse cenário se destacam as *fake opinions*.

Com a pesquisa, foi possível delinear que, uma vez que a narrativa inverídica é desmentida, há o apelo para a liberdade de opinião e denúncia de uma suposta censura. Tal atitude validam posturas negacionistas e polarizadas. Portanto, é necessário que os âmbitos jurídico e jornalístico, bem como as plataformas de mídias sociais, explorem tal composição para refinar seus mecanismos de combate frente aos novos desafios.

## REFERÊNCIAS

D'AMARAL, Marcio Tavares. **Seis Ensaios da Quarentena**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2021.

KALIL, I. & SANTINI, R. M. **Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política**. Relatório de pesquisa. Divulgado em 01 de abril de 2020. 21p. São Paulo / Rio de Janeiro: FESPSP / UFRJ. Disponível: [https://www.fespsp.org.br/store/file\\_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf](https://www.fespsp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf). Acesso em: 12.abr.2023.

PEROSA, Tereza. **O império da pós-verdade**: é da natureza humana recusar fatos que contrariam nossa visão de mundo. A desconfiança geral em relação às instituições piora nossa capacidade de distinguir mentiras de verdades. Disponível em: <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 12.abr.2023.

RINI, Regina. Fake News and Partisan Epistemology. **Kennedy Institute of Ethics Journal**, v. 27, n. 2, p. 43-64, 2017.

SANTINI, Marie R.; SALLES, Débora; MEDEIROS, Priscila. Bots como ferramenta de propaganda permanente: uma análise longitudinal da atuação de contas automatizadas no Twitter brasileiro. In: Anais do 31º encontro anual da Compós, 2022, Imperatriz. **Anais Eletrônicos**, Campinas, Galoá, 2022.

SENADO. **‘Maior crise sanitária da nossa época’**. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/570211/noticia.html?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 12.abr.2023.

SOPRANA, Paula; PASSOS, Paulo; WIZIACK, Julio. **Como a Jovem Pan virou a voz do Bolsonaro**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/como-a-jovem-pan-virou-a-voz-do-bolsonarismo.shtml>. Acesso em: 05.fev.2023.