

DESINFORMAÇÃO E CONTRA-NARRATIVAS NO PERÍODO PRÉ-ELEITORAL: Uma análise do fact-checking nas campanhas para Presidência do Brasil em 2018¹

MISINFORMATION AND COUNTER-NARRATIVES IN THE PRE-ELECTORAL PERIOD: An analysis of the fact-checking in the campaigns for the Presidency of Brazil in 2018

Kárita Emanuelle Ribeiro Sena e Caroline Kraus Luvizotto ²

Resumo: *Este artigo visa a compreensão das dinâmicas das contra-narrativas realizadas pelas agências de Fact-checking Lupa e Aos Fatos, no período pré-eleitoral para campanhas à Presidência do Brasil em 2018. A pesquisa foi realizada entre os meses de maio e julho, período de parceria das agências com a rede Facebook. Identificamos que as contra-narrativas centraram-se no pré-candidato Lula e foram distribuídas principalmente por páginas de tendência política de esquerda. O resultado chama atenção considerando que o uso de fake news foi mais proeminente no período por veículos assumida ou manifestadamente com tendência política de direita, conforme pesquisas e apurações jornalísticas. O que podemos inferir do resultado é que houve mais denúncias às agências de checagem de conteúdos potencialmente falsas distribuídos por páginas de esquerda. Entendemos que uma maior equiparação nos conteúdos verificados poderia contribuir mais à qualificação do debate público.*

Palavras-Chave: Fake News. Fact-Checking. Eleições no Brasil.

Abstract: *This article aims to understand the dynamics of counter-narratives made by Fact-checking agencies "Lupa" and "Aos Fatos", in the pre-electoral period for campaigns to the Presidency of Brazil in 2018. The research was carried out between the months of May and July, the period of partnership of the agencies with Facebook. We have identified that the counter-narratives focused on the pre-candidate Lula and were mainly distributed by left-wing political trend pages. The result calls attention considering that the use of fake news was more prominent in the period by vehicles assumed or manifestly with right-wing political tendency, according to research and journalistic investigations. What we can infer from the result is that it has had more denunciations of the fact-checking of potentially false content spread over left-*

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho "Internet e Política" do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade de Brasília (UnB), de 15 a 17 de maio de 2019.

² Kárita Sena – Jornalista, doutoranda no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp – Universidade Estadual Paulista, campus de Bauru. Contato: karitaemanuelle@gmail.com. Caroline Luvizotto – Doutora em Ciências Sociais, docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Unesp – Universidade Estadual Paulista, campus de Bauru. Contato: caroline.luvizotto@unesp.br.

wing pages. We believe that a better match in the verified content could contribute more to the qualification of the public debate.

Keywords: Fake News. Fact-Checking. Elections in Brazil.

1. Introdução

O fenômeno das chamadas *fake news* não é exatamente novo. Processos de desinformação sempre fizeram parte do processo comunicacional humano, manifestando-se sob diversas facetas e com impactos de maior ou menor alcance nas diferentes épocas da humanidade, desde a pré-escrita, nas sociedades da oralidade, à era dos *mass media* (Darnton, 2017; Volkoff, 2004).

No século XXI, diante de uma sociedade em rede, com uma realidade global hiperconectada, especialmente quando se fala em sociedades urbanas e em determinadas localizações geográficas com amplo acesso à internet, os recursos tecnológicos foram aprimorados, possibilitando certa democratização no acesso à informação e de mesmo modo, podemos afirmar que o fenômeno das *fake news* assumiram uma nova roupagem, com o impulsionamento das tecnologias em rede.

De acordo com Luvizotto, Gonzales e Calonego (2017, p. 112) numa sociedade hiperconectada “a informação deixa de se concentrar na mídia de massa e nos grandes conglomerados midiáticos e se oferece a possibilidade de produção, seleção e interação aos seus usuários, gerando novos conteúdos e fontes de informação”. Esse cenário contribui para que temas às vezes restritos à esfera privada ganhem destaque na esfera pública, favorecendo a circulação da informação (Bandeira, 2011). A circulação da informação por meio da comunicação online e compartilhada é fundamental para fortalecer o debate público e a participação política e social, que podem resultar em novas demandas para o Estado e para a sociedade.

É importante compreender a importância que a informação tem para o exercício da cidadania e da participação política e social. A participação é um instrumento de fortalecimento do convívio em sociedade. Nos governos democráticos, ela se faz

ainda mais importante, pois é a forma da população mostrar seu poder e exercer a cidadania.

Os processos de participação no Brasil sofreram várias mudanças no decorrer do último século, principalmente se considerarmos o período de Ditadura Militar e a posterior abertura política do país, culminando com a elaboração da Constituição Federal de 1988, em que o acesso à informação tem lugar de destaque. Atualmente, não se pode negar a relação entre informação, participação e os meios de comunicação. Além de estes proporcionarem visibilidade a sujeitos e movimentos sociais ou ações participativas, é através deles que muitas organizações e cidadãos se informam, se manifestam e se mobilizam.

A sociedade contemporânea presencia novos paradigmas frutos da aceleração, do uso intenso das tecnologias e do conseqüente surgimento de espaços públicos em ambiente digital, que podem potencializar a participação e a cultura política dos seus cidadãos. A participação aberta e pluralizada, propiciada pelo ciberespaço, permitiu a amplificação das vozes e a desconcentração dos polos de emissão, favorecendo que os próprios usuários passassem a criar e a emitir informação (Castells, 2011; Jenkins, 2009; Lévy, 1999). Tal abertura, contudo, forneceu espaço também para os processos de desinformação, que passaram, nessa realidade em rede, a assumir um potencial alcance global, favorecido pela rápida distribuição de conteúdos via redes sociais, dada a escala e velocidade propiciada pelos cibermeios.

A conexão em rede presenciada na atualidade favorece assim uma “desordem da informação” (Wardle e Derakhshan, 2017), que pode ser consideravelmente nociva à democracia, já que compromete a qualidade do debate público com informações com falsas conexões, descontextualizadas, e em alguns casos, fabricadas para favorecer ou prejudicar determinada organização ou ator social.

Para Ruediger (2017), o surgimento de contas automatizadas, por meio dos robôs, os chamados bots, fez com que estratégias de manipulação, disseminação de boatos e difamação, comumente usadas em disputas políticas, ganhassem uma dimensão ainda maior nas redes sociais. “A participação ostensiva de robôs no ambiente virtual tornou urgente a necessidade de identificar suas atividades e,

consequentemente, diferenciar quais debates são legítimos e quais são forjados”. (Ruediger, 2017, p. 25).

Segundo o Relatório da Segurança Digital (RSD)¹, do DFNDR Lab, realizado entre 1º de abril e 30 de junho de 2018, nos primeiros seis meses de 2018, 120,7 milhões de links maliciosos foram detectados, o que representa oito links maliciosos por segundo, um total 96% maior do que a quantidade identificada em 2017. Só no segundo trimestre do ano, mais próximo às eleições, foram detectados 63,8 milhões de links maliciosos no Brasil, o que representa um aumento de 12% em relação ao primeiro trimestre de 2018.

Dos mais de 63 milhões de links maliciosos identificados no segundo trimestre circulando no Brasil, 7% foi classificado no relatório como notícias falsas². Nesse ponto específico, também foi verificado aumento de circulação. Do primeiro para o segundo trimestre, houve um acréscimo de 51% na distribuição de notícias falsas. De acordo com a pesquisa, o principal objetivo do ataque foi o lucro indevido a partir de visualizações, acessos e cliques. “As notícias falsas têm crescido devido a uma maior sofisticação de conteúdo, muitas vezes mais críveis e ligados a situações cotidianas” (RSD, 2017, p. 5).

É o que também apontou Ruediger (2017) em sua pesquisa sobre os robôs, ao afirmar que com o aprimoramento da tecnologia, os robôs têm aproximado cada vez mais seu comportamento ao comportamento humano, sofisticações que também têm sido utilizadas na distribuição de notícias falsas. O Relatório do DFNDR aponta que, os assuntos mais difundidos no período foram “Dinheiro fácil”, “TV e celebridades” e em terceiro lugar “Política”.

O Brasil viveu em 2018 uma das eleições mais controversas do país, após o período de redemocratização, dada a elevada polarização política da sociedade brasileira. O estudo “Debate econômico nas redes reflete acirramento da polarização”,

¹ Utilizando técnicas de Inteligência Artificial e Machine Learning, o Relatório da Segurança Digital (RSD) é baseado nos dados de detecções de ciberataques aos celulares Android dos mais de 21 milhões de usuários dos aplicativos DFNDR. O DFNDR é um laboratório que tem como missão “combater a disseminação de links maliciosos e notícias falsas e contribuir para que todos possam navegar com liberdade e segurança”.

² Foram consideradas notícias falsas “conteúdos falsos produzidos e compartilhados como verdadeiros com o objetivo de manipular a opinião pública e gerar visualização de anúncios” (DFNDR Lab, 2018, p. 13

feito pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (2018), revela um aumento na polarização de 2014 para 2018, anos dos dois últimos processos eleitorais para Presidência no país.

A polarização política tem afetado o debate público nessa arena virtual. Com diferentes estratégias, que estão sendo pouco a pouco conhecidas, os grupos têm usado as redes para interferir, em alguns casos de forma ilícita, na opinião pública. Isso tem desencadeado ações advindas de diversas frentes buscando atuar de forma preventiva ou reativa para enfrentamento à desinformação.

Temos, por exemplo, as Recomendações para medidas de combate às fake news, do Conselho Nacional de Direitos Humanos, 2018 ou mesmo projetos de lei para criminalização de fake news, que chegaram a quase 20 na Câmara dos Deputados (Grigori, 2018). Algumas ações começaram a ser efetivadas pelas próprias empresas privadas de mídia.

Como resposta às fake news, conglomerados de mídia digital têm, pouco a pouco, adotado medidas para coibi-las. Em julho de 2018 (portanto três meses antes das Eleições), o Facebook removeu 196 páginas e 87 perfis da rede, argumentando em comunicado oficial que se tratava de “uma rede coordenada que se ocultava com o uso de contas falsas no Facebook, e escondia das pessoas a natureza e a origem de seu conteúdo com o propósito de gerar divisão e espalhar desinformação”, (FACEBOOK, 2018).

Parte dessa rede foi atribuída ao Movimento Brasil Livre – MBL o que se comprovou após a divulgação da lista de remoções do Facebook (2018), a pedido do Ministério Público Federal de Goiás. As contas removidas se concentravam em páginas e perfis de tendência política de direita e extrema direita, identificadas como principais distribuidoras de *fake news* como informam Ram e Blood (2018) e Toledo (2018), em reportagens sobre o caso. Antes desse período, em fevereiro de 2018, a Folha de São Paulo já tinha publicado matéria relacionando os principais “apoiadores” de fake news (Portinari e Hernandez, 2018), também majoritariamente sites de direita ou extrema-direita, conforme pesquisa exploratória feita por nós.

Páginas de tendência política mais à esquerda não estão fora da disseminação de conteúdos classificados como *fake news* e têm sido apontadas como parte do

ecossistema de desinformação vigente, muitos com as mesmas táticas e estratégias de outros veículos de tendência oposta (Toledo, 2018). Na tabela a seguir, podemos constatar essa informação:

Tabela 1 - Maiores páginas de divulgação de conteúdos de fake news X sua tendência política

Maiores páginas de divulgação de conteúdos de fake news	Tendência política
Apoiamos a Operação Lava Jato	Direita
Partido Anti-PT	Direita
Folha Política	Direita
Plantão Brasil	Esquerda
Jornal da Cidade Online	Direita
Falando Verdades	Esquerda
Operação Lava Jato para sempre	Direita
Política na rede	Direita

Fonte: Folha de São Paulo e páginas citadas. Elaboração própria.

Nesse cenário, as contra-narrativas que verificam, contestam, ponderam e checam conteúdos, têm sido encaradas como ações de cidadania digital, na busca de transparência das informações e qualificação do debate público. Em diversas partes do mundo, iniciativas com checagem de notícias têm sido inseridas no debate público com vistas a dar subsídios à opinião pública na difícil tarefa de distinguir notícias de informações falseadas. É o que ocorreu na França com o Crosscheck³, em 2017.

A transparência arvora-se como uma das principais características para garantia de um processo democrático e a credibilidade das informações que circulam torna-se requisito essencial. Pinto, Aquino, Rondon, Moraes Júnior e Kogan (2018) destacam:

Eleições transparentes, informadas e democráticas são aquelas em que os eleitores têm acesso a informações legítimas sobre candidatos e suas propostas, o direito de não serem enganados por informações distorcidas ou falsas e principalmente o direito de participar do debate de ideias sem ataques de ódio ou intolerância. (Pinto et al. 2018, p. 13)

³ CrossCheck é uma colaboração de verificação on-line que começou em fevereiro de 2017. O projeto tinha o objetivo de ajudar a relatar denúncias falsas, enganosas e confusas que circularam on-line nas dez semanas que antecederam a eleição presidencial francesa, Pinto et al. (2018).

Em um White Paper, os autores recomendam, de forma resumida, as seguintes cinco frentes como estratégias para combater a desinformação: “[1] educação do consumidor/cidadão; [2] alfabetização informacional e midiática; [3] contra-narrativas com checagem de fatos; [4] criminalização via legislação; [5] ações das empresas de redes sociais e pesquisas na internet” (Pinto et al. 2018b, p. 13).

Este artigo apresenta uma análise da repercussão e alcance das contra-narrativas publicadas acerca de mensagens que circularam no Facebook relacionadas aos pré-candidatos com maior intenção de votos nas Eleições presidenciais de 2018 no Brasil, com vistas a contribuir para o debate sobre a importância das contra-narrativas no combate à desinformação, como será explicado a seguir.

Estratégia de Análise

Este é um trabalho analítico acerca das dinâmicas das contra-narrativas publicadas acerca de mensagens que circularam no Facebook relacionadas aos pré-candidatos à Presidência do Brasil com maior intenção de votos no período pré-eleitoral. Foram utilizados como base de pesquisa os conteúdos contra-narrativos dos dois principais sites de agências de checagem de notícias do Brasil, registrado como signatário do International Fact-Checking Network's – IFCN⁴: a Agência Lupa e Agência Aos Fatos (IFCN, 2018).

Nosso recorte temporal foi de três meses: maio, junho e julho de 2018, período pré-eleitoral que corresponde ao início de uma parceria das duas agências com o Facebook para combate à desinformação na rede (FACEBOOK, 2018b). As publicações têm início em 15 de maio, e a última publicação analisada foi publicada em 30 de julho de 2018⁵.

⁴ A International Fact-Checking Network - IFCN é uma unidade do Instituto Poynter dedicada a reunir verificadores de fatos em todo o mundo. Tradução própria de: The International Fact-Checking Network is a unit of the Poynter Institute dedicated to bringing together fact-checkers worldwide.

⁵ Entre janeiro e abril não foram encontradas contra-narrativas relacionadas aos então pré-candidatos nos sites das agências, apenas diversas checagens de falas, trechos ou discursos das figuras políticas mencionadas.

Para a seleção dos pré-candidatos que comporiam o corpus de análise tomamos por base a intenção de votos manifestada em pesquisas de opinião registradas no site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE, 2018). Segundo as principais pesquisas divulgadas entre junho e início de agosto de 2018, cinco nomes estavam entre os principais pré-candidatos com maior intenção de votos: Luís Ignácio Lula da Silva – Lula, do Partido dos Trabalhadores – PT; Jair Bolsonaro, do Partido Social Liberal – PSL; Marina Silva, do Rede Sustentabilidade – REDE; Ciro Gomes, do Partido Democrático Trabalhista – PDT e Geraldo Alckmin, do Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB.

Segundo dados da pesquisa Ibope encomendada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), realizada entre 21 e 24 de junho com 2 mil eleitores em 128 municípios do país, Lula tinha mais que o dobro das intenções de voto do segundo colocado, com 33% contra 15% de Bolsonaro. Marina Silva 7% e Ciro Gomes e Geraldo Alckmin 4% cada, como se pode ver na Tabela 2.

TABELA 2 - Pré-candidatos por Intenção de voto no Brasil.

Pré-candidatos por Intenção voto no Brasil - Eleições 2018	
Pré-candidato	Intenções de voto
Lula ³	33%
Bolsonaro	15%
Marina	7%
Ciro	4%
Alckimin ⁴	4%
Total	63%

Fonte: Pesquisa Ibope (Registro BR-02265/2018 no Tribunal Superior Eleitoral). Elaboração própria.

Para esse estudo, nos detemos nas checagens realizadas pelas agências acerca de narrativas de desinformação, investigando especificamente esses textos de contra-narrativas. Discursos dos pré-candidatos não fizeram parte do recorte da pesquisa.

³ Todos os pré-candidatos mencionados neste artigo registraram a sua candidatura à presidência do Brasil junto ao Tribunal Superior Eleitoral, em 15 de agosto de 2018, porém Lula teve sua candidatura rejeitada pelo TSE, que considerou o candidato inelegível. Coube ao Partido dos Trabalhadores, PT, do então candidato substituir a candidatura pelo candidato à vice de Lula, Fernando Haddad.

⁴ Não houve contra-narrativa relacionada ao pré-candidato no período da pesquisa, portanto, não compôs o *corpus* de análise.

Após busca no site das agências foram identificadas contra-narrativas relacionados aos seguintes pré-candidatos, em ordem alfabética: Ciro Gomes, Jair Bolsonaro, Lula e Marina Silva. Não foram identificadas checagens de conteúdos relacionados ao pré-candidato Geraldo Alkmin, apenas checagens de discursos do pré-candidato. Dessa forma, Alkmin não integrou o corpus de análise.

Para compreender as dinâmicas de tais contra-narrativas, referenciadas por pesquisadores como ações que propiciam grande contribuição para a qualificação do debate público e, assim, à cidadania digital, classificamos os conteúdos a partir de dois eixos principais, visando à construção de um panorama de checagens:

1. O Tema – Para entender quais foram os conteúdos checados, alcance e a resposta contra-narrativa das agências, estabelecemos as seguintes categorias: Pré-candidatos citados; Data de publicação da contra-narrativa; Etiqueta de Verificação.

2. Repercussão e Origem – Com o objetivo de identificar a origem dos conteúdos checados e traçar possíveis inferências acerca de como as checagens têm sido realizadas e a partir de quais demandas, classificamos os sites que distribuíram os conteúdos verificados pelas agências, a repercussão do conteúdo, quantas verificações o veículo teve, o ramo do veículo, a tendência política e a autoria do texto verificado. Utilizamos como base de informação as contra-narrativas das agências de checagem, o motor de buscas do Google e o próprio site referido pela contra-narrativa. Também foram classificados os casos em que a página ou o conteúdo estava indisponível, assim como quando não havia menção a autor.

Resultados

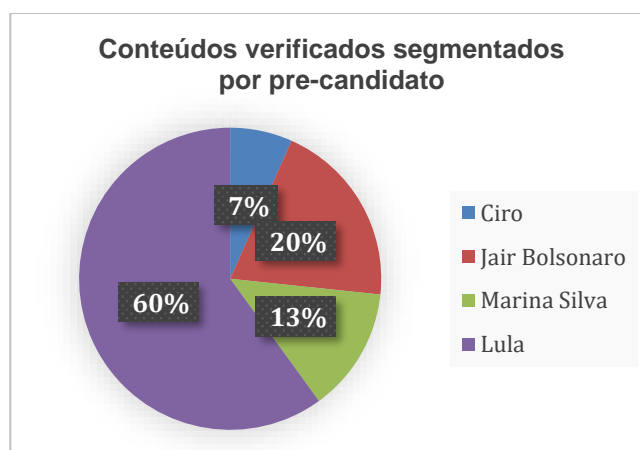
Com base nas análises de conteúdo feitas e as classificações indicadas, foi possível compreender, ainda que introdutoriamente, as dinâmicas das contra-narrativas no período pré-eleitoral em 2018 no Brasil. Os dados colhidos são apresentados e discutidos a seguir.

A partir das buscas no site das agências Lupa e Aos Fatos, foram identificadas 15 publicações de conteúdos contra-narrativos relacionados aos quatro pré-candidatos com maior número de intenção de votos nas Eleições de 2018 que

tiveram menção em mensagens, entre maio e julho de 2018. Todas foram dentro da parceria das agências com o próprio Facebook. Não foram computadas checagens de discursos.

Para compreender o Tema das contra-narrativas, identificamos que das 15 publicações, 60% foram relacionadas a Lula (9), 20% a Bolsonaro (3), 13% a Marina Silva (2) e 7% a Ciro Gomes (1), conforme ilustrado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Conteúdos verificados segmentados por pré-candidato

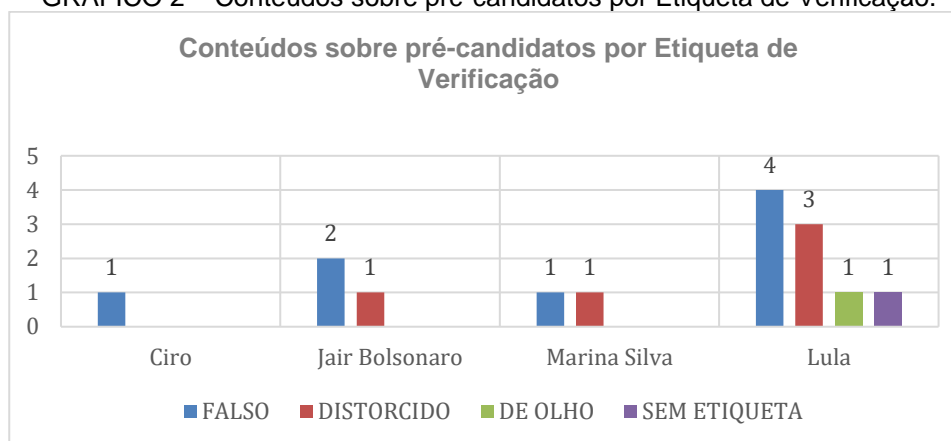


Fonte: Elaboração própria.

Quanto às Etiquetas de verificação, Lula também liderou as checagens de narrativas que foram classificadas como falsas. Das 9 publicações de conteúdos contra-narrativos relacionadas a Lula, 4 etiquetaram o conteúdo checado como Falso, 3 como Distorcido, 1 De Olho e 1 ficou sem etiqueta.

Sobre Bolsonaro duas das três verificações realizadas classificaram o conteúdo verificado como Falso e 1 como Distorcido. Já em relação à Marina 1 conteúdo verificado foi classificado com a etiqueta Falso e 1 como Distorcido e a única verificação feita relacionada a Ciro Gomes classificou o conteúdo como Falso. No Gráfico 2, ilustramos como se dividiram os conteúdos sobre cada candidato conforme etiqueta de verificação classificada pelas agências.

GRÁFICO 2 – Conteúdos sobre pré-candidatos por Etiqueta de Verificação.



Fonte: Elaboração própria.

Resumidamente, a Tabela 3 “Temas – Quadro Geral” demonstra os conteúdos verificados pelas agências Aos Fatos e Lupa conforme os pré-candidatos citados, a data de publicação da contra-narrativa e a Etiqueta conferida ao conteúdo checado.

TABELA 3 – Temas - Quadro Geral: Conteúdos contra-narrativos sobre os principais pré-candidatos às Eleições de 2018 no Brasil publicadas entre maio e julho de 2018

Temas – Quadro Geral				
Conteúdos contra-narrativos sobre os principais pré-candidatos às Eleições de 2018 no Brasil publicadas entre maio e julho de 2018				
Pré-Candidato	Agência Lupa	Agência Aos Fatos	Data de Publicação	Etiqueta
Ciro		Ciro Gomes não garantiu que vai diminuir salários de médicos; site distorce informações	06/06/2018	FALSO
Bolsonaro		Site divulga informação falsa sobre dinheiro para emendas de Bolsonaro.	15/5/18	FALSO
	#Verificamos: Bolsonaro não 'convidou Alexandre Frota para ser ministro da Cultura'		7/6/18	FALSO
		Site copia e distorce reportagem para favorecer Bolsonaro	20/7/18	DISTORCIDO

Lula	#Verificamos: decisão de tribunal do DF não 'prova inocência de Lula'		16/5/18	FALSO
	#Verificamos: Papa Francisco e o terço para Lula		12/6/18	DE OLHO
		Papa Francisco não enviou terço a Lula; Vaticano desmente boato	12/6/18	FALSO*
		Sérgio Moro não declarou que 'Lula não será presidente aqui nem em lugar algum'	21/6/18	FALSO
	#Verificamos: Lula ainda não tem 'data e hora' para ser posto em liberdade		28/6/18	SEM ETIQUETA
		Site publica como nova pesquisa antiga sobre rejeição de Lula		DISTORCIDO
	#Verificamos: Sócios da Tallento Construtora, que emitiu nota de reforma sobre o triplex do Guarujá, não 'são filiados ao PSDB'		3/7/18	FALSO
		Para favorecer desempenho de Lula, página omite que pesquisa foi feita só em MG	25/7/18	DISTORCIDO
		Lula não doou R\$ 25 mi a terroristas; site distorce ajuda do Brasil a palestinos.	30/7/18	DISTORCIDO
Marina Silva	#Verificamos: Marina não assinou carta 'em prol do casamento homossexual'		16/5/18	FALSO
		Site distorce fatos sobre doações eleitorais da Odebrecht a Marina Silva	10/7/18	DISTORCIDO

Fonte: Elaboração própria.

Assim, os principais Temas abordados giraram em torno da culpa x inocência de Lula, como se vê na análise de títulos como: “#Verificamos: decisão de tribunal do

DF não ‘prova inocência de Lula’”; “#Verificamos: Lula ainda não tem ‘data e hora’ para ser posto em liberdade” e “#Verificamos: Sócios da Tallento Construtora, que emitiu nota de reforma sobre o triplex do Guarujá, não ‘são filiados ao PSDB’”.

A entrega de um terço que teria sido abençoado pelo Papa a Lula foi tema de duas verificações. Outro assunto checado foi o emprego de dinheiro público, que aparece nas checagens “Site divulga informação falsa sobre dinheiro para emendas de Bolsonaro” e “Lula não doou R\$ 25 mi a terroristas; site distorce ajuda do Brasil a palestinos”.

Sobre “Repercussão e Origem” dos conteúdos verificados iniciamos pela Repercussão. Os 15 conteúdos checados juntos tiveram 1.126,75 milhão de interações no Facebook, conforme dados divulgados pelas próprias agências e dos sites distribuidores dos conteúdos checados. A publicação que mais afetou a repercussão foi “Dona de empresa de Curitiba que deu notas fiscais de reforma falsa no triplex é filiada ao PSDB”, com 915 mil interações, distribuída por três sites, citados pela Agência Lupa, como se pode observar na Tabela 4.

TABELA 4 - Conteúdos checados sobre os principais pré-candidatos às Eleições de 2018 no Brasil

Repercussão & Origem				
Conteúdo checado relacionado a pré-candidatos à Presidência do Brasil em 2018 - maio a julho				
Conteúdo checado	Repercussão	Etiqueta	Pré-candidato	Sites replicantes do conteúdo checado¹
Bolsonaro recebe R\$ 18,4 milhões para proteger Michel Temer e atacar o PT!	Sem dados	FALSO	Bolsonaro	Portal Veja Agora
				Dever de Classe
				Central das Notícias
Bolsonaro convida Alexandre Frota para ser ministro da Cultura	3 mil interações em 24h ²	FALSO	Bolsonaro	Política Atual
Políticos rejeitam Bolsonaro por este não aceitar se associar a partidos envolvidos em corrupção	2.800 compartilhamentos até 20/7/18 ²	DISTORCIDO	Bolsonaro	Portal Veja Agora
Ciro Gomes garante que vai diminuir salários de médicos, caso chegue ao Planalto	15,2 mil de compartilhamentos ³	FALSO	Ciro	Ceará News

“Marina assina carta em prol do casamento homossexual”	8 mil interações ²	FALSO	Marina	Segundo Evangelho
Cai a hipócrita: Odebrecht delata Marina Silva: mais de R\$ 1 milhão	82 mil interações pelo Facebook ³	DISTORCIDO	Marina	Plantão Brasil
“Tribunal divulga documento que prova inocência de Lula”	378 compartilhamentos no Facebook ³	FALSO	Lula	ReconVale Notícias
“Papa envia terço a Lula”	15 mil interações no Facebook ²	DE OLHO	Lula	Site do PT
				Diário do centro do mundo
				Revista Fórum
				Brasil247
				Poder 360
				Congresso em Foco
Papa envia terço a Lula, preso político há 67 dias.	20 mil compartilhamentos só na página oficial de Lula ²	FALSO	Lula	Brasil 247
				Política Atual
				Último Segundo
Sérgio Moro afirma: ‘Lula não será presidente aqui nem em lugar algum’	Mais de 42 mil compartilhamentos desde 2017 ²	FALSO	Lula	The Jornal Brasil
“Lula já tem data e hora para ser posto em liberdade”	6,7 mil interações no Facebook até 28/6/18	SEM ETIQUETA	Lula	Estrela Vermelha
Rejeição a Lula atinge patamar recorde de 57%, segundo Datafolha	8 mil compartilhamentos no Facebook até 3/7/18	DISTORCIDO	Lula	Brasil sem PT
“Dona de empresa de Curitiba que deu notas fiscais de reforma falsa no triplex é filiada ao PSDB”	915 mil interações no Facebook até as 12h do dia 3/7/18 ²	FALSO	Lula	Plantão Brasil
				Contraponto
				Leftsit Brasil
Pesquisa aponta Lula com mais de 40 pontos e vitória no primeiro turno”	2.675 compartilhamentos, segundo busca feita pela ferramenta Crowdtangle ²	DISTORCIDO	Lula	Plantão Brasil
Está no site do governo: Lula doou R\$ 25 milhões a grupos terroristas	6 mil compartilhamentos, no Facebook ²	DISTORCIDO	Lula	Diário do Brasil

Fonte: Elaboração própria.

¹ Conforme informações da Agência de Checagem.

² Dados da agência de checagem.

³ Dados do veículo que teve conteúdo checado.

Nota: Os casos em que encontramos dados sobre repercussão tanto no texto da agência de checagem como no site que distribuiu o conteúdo, elegemos o de maior número.

Excetuando essa postagem e “Bolsonaro recebe R\$ 18,4 milhões para proteger Michel Temer e atacar o PT!”, que não continha dados sobre repercussão, as demais 13 publicações somam juntas pouco mais de 211 mil interações, uma média de 16 mil interações por publicação.

Neste caso, cabe o questionamento do papel da repercussão de uma narrativa para ser ou não checada pelas agências, critério não esclarecido pelo Facebook na parceria. Ainda que a repercussão possa ter sido maior, os dados divulgados pelas agências nas contra-narrativas e pelos veículos distribuidores sugerem que essa pode não ser uma variável importante.

Isso pode ser visto com a análise da publicação “Tribunal divulga documento que prova inocência de Lula”, verificada pela agência Lupa como falsa, como se vê em: #Verificamos: decisão de tribunal do DF não ‘prova inocência de Lula’. A publicação verificada teve 378 interações no Facebook, segundo a agência, o que representa um impacto irrelevante ante os 127 milhões de usuários ativos da rede no Brasil (Oliveira, 2018).

É importante destacar que a verificação de toda informação potencialmente falsa que circula na rede é pouco provável, dada as características cada vez mais sofisticadas de falseamentos, gerando a necessidade de ação humana para verificação. Mas dada a rápida expansão de narrativas de desinformação e a limitação atual de recursos humanos para checagens, fica o questionamento de quantas outras narrativas com impacto maior de interações não foram verificadas. O Facebook informa que os conteúdos são verificados por meio de denúncias de usuários.

No que respeita a Origem dos conteúdos verificados, há uma diversidade de sites que publicaram as informações checadas pelas agências, mas alguns se repetem, como é possível observar na Tabela 5. O Portal Veja Agora e o site Política Atual aparecem duas vezes cada como veículos que distribuíram conteúdos verificados como Falso (três vezes) e Distorcido (uma vez). Já o site Plantão Brasil é

citado em três publicações das agências checadoras apontado como veículo que publicou conteúdo Falso (uma vez) e Distorcido (duas vezes).

A tabela relaciona os veículos que publicaram os conteúdos verificados e sua tendência política, manifestada direta ou indiretamente pelo conteúdo disponibilizado. Os casos em que a tendência política não foi manifestada ou não pode ser claramente identificada, foi informado na tabela.

TABELA 5: Origem dos conteúdos potencialmente Falsos verificados

Verificações & Tendência Política				
Origem dos conteúdos potencialmente FALSOS verificados				
Sites replicantes do conteúdo checado*	Verificações	Ramo do Veículo	Tendência Política	Autoria do Texto
Portal Veja Agora	2	Página indisponível no momento da pesquisa		
Dever de Classe	1	Site de notícias	Esquerda	Sem autoria
Central das Notícias	1	Site de notícias	Esquerda	Texto não encontrado no site
Politica Atual	2	Página indisponível no momento da pesquisa		
Ceará News	1	Site de notícia do Ceará/nordeste do Brasil.	Não identificada	Sem autoria
Segundo Evangelho	1	Site de notícias religioso	Direita	Notícia não encontrada na página.
Plantão Brasil	3	Site de notícias	Esquerda	Sem autoria
ReconVale Notícias	1	Site de notícias da Bahia/ nordeste do Brasil	Não identificada	Sem autoria
Site do PT	1	Site de partido político	Esquerda	Sem autoria
Diário do centro do mundo	1	Site de notícias	Esquerda	Dá crédito ao site oficial de Lula
Revista Fórum	1	Site de notícias	Esquerda	Redação
Brasil247	2	Site de notícias	Esquerda	Sem autoria
Poder 360	1	Site de notícias	Esquerda	Sem autoria

Congresso em Foco	1	Site de notícias	Não identificada	Sem autoria
Último Segundo	1	Site de notícias	Não identificada	Sem autoria
The Jornal Brasil	1	Site de notícias	Direita	Poder360
Estrela Vermelha	1	Página indisponível no momento da pesquisa		
Brasil sem PT	1	Site de notícias	Direita	Sem autoria. Declara como fonte: Folha de São Paulo.
Contraponto	1	Blog	Esquerda	Thiago Nascimento. Fonte: Plantão Brasil.
Leftsit Brasil	1	Página indisponível no momento da pesquisa		
Diário do Brasil	1	Site de notícias	Direita	Sem autoria

Fonte: Elaboração própria.

A partir desse levantamento foi possível identificar que a maior parte dos veículos que tiveram conteúdos checados pelas agências se autodeclara como site de notícias – 8 no total. Também aparece um blog, um site religioso, um site de partido político e quatro páginas não estavam mais disponíveis no momento da pesquisa. Os sites Portal Veja Agora e Política Atual voltaram a estar disponíveis, mas com conteúdos de novelas e receitas culinárias, alguns deles se repetem nos dois veículos, o que poderia indicar um possível autor ou grupo responsável em comum neste caso.

Outro ponto a se destacar é que apesar de Lula ser o pré-candidato mais atingido por notícias falsas e distorcidas, são os sites que apoiam o candidato que predominantemente divulgaram tais conteúdos. No entanto, não é possível afirmar que os sites de tendência política de esquerda são os que mais divulgaram notícias falsas ou distorcidas no período pré-eleitoral no Brasil, relacionando os pré-candidatos. O que é possível afirmar a partir desses dados é que as narrativas sobre o pré-candidato Lula foram as mais checadas, assim como os conteúdos distribuídos por veículos de tendência política de esquerda. É interessante observar que o próprio Facebook identificou uma rede de distribuição de notícias falsas, como destacamos anteriormente, e que foi atribuída majoritariamente à autores de tendência política de direita e extrema-direita.

Os resultados estão em consonância com apuração da jornalista Isabella Macedo para o site Congresso em Foco que resultou na reportagem “Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro” (Macedo, 2018).

Nesse sentido, cabe o questionamento que a pesquisa não responde, dada seu alcance e especificidade: Por que então as verificações justamente no período pré-eleitoral em que um dos pré-candidatos não concorreu à eleição concentraram-se em publicações de veículos de esquerda, alguns com conteúdos com pouca circulação?

Conclusões

A partir da investigação realizada, pudemos identificar que as contra-narrativas no período pré-eleitoral no Brasil foram majoritariamente segmentadas no pré-candidato Lula, distribuídas por veículos diversificados, majoritariamente com tendência política de esquerda, com baixa repercussão na rede, e com elementos de verdade predominantemente relacionados a inocência do pré-candidato.

Nos três meses analisados, foram realizadas 15 contra-narrativas relacionadas a Ciro Gomes, Jair Bolsonaro, Lula e Marina Silva, pré-candidatos à Presidência do Brasil nas Eleições de 2018. No entanto, apesar de Lula ser o pré-candidato mais atingido por notícias falsas e distorcidas verificadas – nove no total, são os sites que apoiam o candidato que predominantemente divulgaram tais conteúdos.

Não é possível afirmar que os sites de tendência política de esquerda são os que mais divulgaram notícias falsas ou distorcidas no período pré-eleitoral no Brasil, relacionadas aos pré-candidatos, já que a pesquisa se voltou às dinâmicas das contra-narrativas e não das narrativas de desinformação ou *fake news*. O que é possível afirmar é que as narrativas sobre o pré-candidato Lula foram as mais verificadas, assim como as “notícias” distribuídas por veículos de tendência política de esquerda.

Também foi identificado que a repercussão não é um critério importante para a verificação de uma narrativa dentro do projeto de verificações em parceria com o Facebook. As 15 narrativas verificadas tiveram cerca de 1,1 milhão de interações, sendo que uma sozinha teve 915 mil. As demais somaram pouco mais de 200 mil interações.

Considerando que as contra-narrativas foram feitas a partir de denúncias de usuários, conforme informações do próprio Facebook, cabem algumas considerações. A medida pode representar isenção na seleção das verificações por parte das agências, já que não cabe a elas ou, tampouco, ao Facebook, a definição do que será ou não verificado. Por outro lado, pode resvalar em um enviesamento organizado por parte dos usuários, que já ocorre na rede segundo identificação do próprio Facebook, na disseminação de *fake news*. Não há informações sobre os denunciadores de conteúdos potencialmente falsos, não sabemos se provêm de perfis ativos, se há relação com bots ou ciborgues, ou mesmo se haveria uma ação institucional que provoque usuários a denunciarem conteúdos.

Entendemos que uma maior equiparação nos conteúdos checados resultaria em mais contribuição ao debate público, evitando favorecimentos a uma ou outra corrente político-partidária ou mesmo a candidatos específicos. Isso só seria possível com cruzamento de outros fatores que gerassem a checagem, além da denúncia de usuários, principal critério estabelecido pelo Facebook na parceria com as agências de checagem.

Dessa forma, entendemos que a verificação de conteúdos no período pré-eleitoral no Brasil foi uma experiência necessária, em consonância com o realizado em outros países, porém incorreu em um enviesamento, ao menos parcial, de verificações. Em um momento de forte polarização política, será necessário o trabalho em conjunto da checagem de fatos com outros agentes de governo e da sociedade civil, sobretudo relacionados a alfabetização midiática. Isso pode fazer com que a demanda por verificações seja mais pluralizada e equiparada entre os candidatos, possibilitando mais contribuições à qualificação do debate público e, por consequência, à cidadania digital e ao fortalecimento da democracia no país.

Compreendemos que a internet possui potencial para novas práticas de cidadania e no âmbito da cidadania digital apresenta preocupações legítimas no que se refere aos direitos, liberdades e garantias. Neste cenário, a informação é elemento central, permitindo a tomada de decisão pelo cidadão. As informações e as notícias falsas configuram-se como obstáculo para a prática cidadã e nos conduzem a pensar em instrumentos de questionamento das situações, de quebra de ingenuidade, de

busca pela credibilidade das fontes e de validação de dados. O grande desafio que a internet apresenta para o cidadão contemporâneo é o de aprender a avaliar e verificar a informação, navegando em um oceano de águas turvas e desconhecidas.

Referências

Bandeira, D. D. **Os processos de comunicação e cidadania**. Estudos, Goiânia, v. 38, n. 4. Recuperado de: <<http://seer.ucq.br/index.php/estudos/article/viewFile/2327/1424>>, 2011.

Conselho Nacional de Direitos Humanos. **Recomendação nº 4, de 11 de junho de 2018. Recomenda sobre medidas de combate às fake news (notícias falsas) e a garantia do direito à liberdade de expressão**. Recuperado de http://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/27129495, 2018.

Darnton, R. **The True History of Fake News**. Recuperado de: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>, 2017.

DFNDR Lab. **Relatório da Segurança Digital no Brasil**. Recuperado de: <https://www.psafec.com/dfndr-lab/pt-br/relatorio-da-seguranca-digital/>, 2018.

Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas. **Debate econômico nas redes reflete acirramento da polarização**. Recuperado de: <http://dapp.fgv.br/observa2018/posts/debate-economico-nas-redes-reflete-acirramento-da-polarizacao-de-2014-a-2018/>, 2018.

Facebook. **Request from the Federal Public Prosecutors Office of Goiânia, state of Goiás, in the civil inquiry n. 1.18.000.002758/2017-49**. Recuperado de: http://www.mpf.mp.br/go/sala-de-imprensa/docs/not2280_resposta%20facebook.pdf, 2018.

Facebook. **Facebook lança produto de verificação de notícias no Brasil em parceria com Aos Fatos e Agência Lupa**. Recuperado de: <https://br.newsroom.fb.com/news/2018/05/facebook-lanca-produto-de-verificacao-de-noticias-no-brasil-em-parceria-com-aos-fatos-e-agencia-lupa/>, 2018b.

Grigori, P. **20 projetos de lei no Congresso pretendem criminalizar fake News**. Recuperado de <https://apublica.org/2018/05/20-projetos-de-lei-no-congresso-pretendem-criminalizar-fake-news/>, 2018.

International Fact-Checking Network, IFCN. **Verified signatories of the IFCN code of principles**. Recuperado de: <https://ifncodeofprinciples.poynter.org/signatories>, 2018.

Luvizotto, C. K.; Gonzales, N. dos S.; Calonego, R. Comunicação e movimentos sociais: a atuação do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação na internet. **Organicom** – ano 14 – n. 26 – 1o sem. p. 110-123, 2017.

Macedo, I. **Das 123 fake news encontradas por agências de checagem, 104 beneficiaram Bolsonaro**. Recuperado de: <https://congressoemfoco.uol.com.br/eleicoes/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>, 2018.

Oliveira, F. **Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil**. Folha de São Paulo. Recuperado de: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>, 2018.

Pinto, M.; Aquino, E.; Rondon, T.; Moraes Junior, C. A. de; Kogan, A. (2018). **Desinformação em eleições: desequilíbrios acelerados pelas tecnologias**. São Paulo. Recuperado de: <https://tecnologiaequidade.org.br/projetos/desinformacao-em-eleicoes/>.

..... **Recomendações sistêmicas para combater a desinformação nas eleições do Brasil**. São Paulo. Recuperado de <https://tecnologiaequidade.org.br/projects/desinformacao-em-eleicoes/>, 2018b.

Portinari, N. R, Hernandes. **Fake news ganha espaço no Facebook e jornalismo profissional perde**. Recuperado de: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/fake-news-ganha-espaco-no-facebook-e-jornalismo-profissional-perde.shtml>, Folha de São Paulo, 2018.

Ram, A. Blood, D. **Ultradireita domina 'fake news' nos EUA, diz pesquisa de Oxford**. Recuperado de: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/02/ultradireita-domina-fake-news-nos-eua-diz-pesquisa-de-oxford.shtml>. Folha de São Paulo, 2018.

Ruediger, M. A. (coord.). **Robôs, redes sociais e política no Brasil**: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017.

Toledo, D. **Conheça donos de sites de guerra política acusados de espalhar 'fake News'**. Recuperado de: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/05/26/conheca-donos-de-sites-de-guerra-politica-que-se-espalham-como-noticia.htm>. Uol Notícias, 2018.

Tribunal Superior Eleitoral - TSE. **Consulta às Pesquisas Eleitorais registradas**. Recuperado de: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/pesquisa-eleitorais/consulta-as-pesquisas-registradas>, 2018.

Volkoff, V. **Pequena história da desinformação**: do cavalo de Tróia à internet. Curitiba: Vila do Príncipe, 2004.

Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report. Recuperado de: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-forresearch/168076277c>. Tradução: Ângela Pimenta.