

UM VOTO PARA A (DES)INFORMAÇÃO

Fernanda Marquezini Canato¹

Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Língua Portuguesa pela PUC-SP

Jacqueline de Paula Sbeghen Iumatti²

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Língua Portuguesa pela PUC-SP

Ana Rosa Ferreira Dias³

Professora do Programa de Pós-Graduação em Língua Portuguesa PUC-SP
Universidade de São Paulo-USP

RESUMO

Em ano eleitoral como o atual (2022), num cenário tão polarizado como o que vivemos, causar polêmica, emudecer adversários e difundir medo na população por meio de *fake news* são armas políticas muito importantes. Com isso em vista, o presente artigo tem como objetivo analisar como o uso de uma fonte pode favorecer a sedução para um discurso falacioso. Para tanto, selecionamos o trecho inicial de uma entrevista cedida pelo deputado federal Otoni de Paula ao canal TvJCO sobre fraudes nas urnas eletrônicas no Brasil (20 de maio de 2022). Recorremos ao arcabouço teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa (AD), propostos por Charaudeau (2013) e do ecossistema de desinformação do Jornalismo, proposto por Wardle e Derakhshan (2017a e 2017b). Por isso, acreditamos que nosso estudo possa contribuir para elucidar o quanto a dimensão da linguagem e do discurso é política e fortalecida por interesses de determinados grupos sociais.

Palavras-chave: Política. *Fake News*. Fonte. Urna eletrônica.

Introdução

Este artigo tem como tema os constantes ataques de grupos de apoiadores do presidente Jair Bolsonaro às urnas eletrônicas num período como o atual em que a pós-verdade vigora e tem poder de persuasão entre os indivíduos. Desde 2016, com a ascensão política de Donald Trump ao posto de presidente dos Estados Unidos, o mundo todo vive uma avalanche de episódios de divulgação de informações fraudulentas, enganosas e mentirosas, em especial nas redes sociais digitais relacionadas ao campo discursivo político. Com o propósito de atingir a imagem de outros, ataques

¹ Endereço eletrônico: fe.marquezini@gmail.com

² Endereço eletrônico: jacqueline_paula@yahoo.com.br

³ Endereço eletrônico: anarosadias@uol.com.br

enganosos confundem e enganam aqueles que os acreditam verdadeiros. Essa intenção deliberada de enganar e atacar por meio de mentiras associa-se às *fake news*.

Desse modo, Santaella (2020) compreende que as *fake news* afetam, de modo prioritário, o campo da política, dado que nele as consequências são mais destrutivas. As redes sociais apossaram-se da função dos jornalistas, no sentido de que passaram a produzir notícias e permitiram o compartilhamento e a disseminação de boatos sem o menor tipo de regulação. “A mistura dos tipos de textos e híbridos multimídia que são postados nas redes sociais foi ficando cada vez mais atordoante.” (SANTAELLA, 2020, p. 12). Assim, segundo a autora, torna-se cada vez mais possível encontrar um lugar de manifestação pessoal no universo da comunicação, o que atrai imensamente o psiquismo humano. As *fake news*

falsificam o relato jornalístico. Fazem-se passar por eles, inaugurando uma modalidade de mentira pós-imprensa. Suas fontes são desconhecidas, cujas origens são remotas e inacessíveis. A autoria é, quase sempre, forjada e elas têm o propósito de lesar os direitos do público, pois “tapeiam o leitor em diversas áreas: na política, na saúde pública, no mercado de consumo, na ciência”. São dependentes das tecnologias digitais, caso contrário, não teriam a potência disseminadora que têm e que é devida à escala e velocidades inéditas que possuem para isso. Por fim, elas dão lucro, quer seja econômico, quer seja simbólico. (SANTAELLA, 2020, P. 21)

Neste artigo, analisaremos a fala de um representante do grupo bolsonarista, o deputado Otoni de Paula, que pretende atingir o sistema eleitoral e, conseqüentemente, o Judiciário. Para isso, lança mão de uma notícia antiga de 2018 com informações distorcidas e trechos inventados para desacreditar as urnas eletrônicas e, conseqüentemente, as eleições. Além disso, para provocar a indignação, o medo e dar maior credibilidade à sua fala, ele cita a Polícia Federal como entidade fiadora da *fake* que pretende propagar. Como vice-líder do governo na Câmara, o político já foi acusado em situações anteriores de divulgação de *fakes* em grupos bolsonaristas. Nesses grupos, são esperadas publicações favoráveis às ideias de fraude do sistema eleitoral e de suposição de interesses partidários ilegítimos dentro do próprio TSE (Tribunal Superior Eleitoral), pois são temas coerentes com a orientação ideológica das pessoas que compõem essas bolhas.

Tendo isso em vista, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: Que peso tem uma fonte no processo de convencimento ou de sedução na construção da

desinformação? Dessa forma, nosso objetivo geral é compreender de que maneira uma instituição vista como confiável, como a Polícia Federal, pode ser usada como fonte legitimadora para a construção da desinformação. Além disso, os objetivos específicos são: a) verificar como os recursos linguístico-discursivos colaboram para a manipulação de informação; b) indicar as marcas da visada de captação no discurso político; c) demonstrar como o uso de uma fonte confiável pode ampliar a crença numa falácia. Com essas finalidades, recorreremos ao arcabouço teórico-metodológico da Análise do Discurso de linha francesa, em especial à proposta fundamentada por Charaudeau (2013) e do Jornalismo, proposto por Wardle e Derakhshan (2017a e 2017b). Desta forma, respaldamo-nos nos conceitos de visada de captação, visada da informação e dos conceitos de desinformação e *fake news* para prejuízo de um adversário no debate político.

Selecionamos para a análise um trecho de uma entrevista concedida, em 12/5/2022, pelo deputado federal Otoni de Paula, vice-líder do governo na Câmara, à TvJCO, disponível no Youtube e que foi posteriormente transmitido em grupos pró-governo no *Whatsapp*. As colocações do político foram checadas pela agência *Lupa* e as conclusões foram divulgadas no dia 20/5/22. Realizamos assim uma análise de como o conteúdo da entrevista é falseado e usa da imagem idônea da Polícia Federal para gerar adesão ao seu posicionamento político.

Estudar as informações inverídicas no discurso político trata-se de um tema relevante, dado que, no mundo contemporâneo, a discussão sobre as *fake news* é um assunto de primeira grandeza, assim como o ensino e a aprendizagem de novas tecnologias alinhadas à comunicação.

Desse modo, este artigo organiza-se em três seções. Na primeira delas, colocamos em perspectiva as condições sócio-históricas de produção da verdade e da pós-verdade na internet e nos aplicativos de troca de mensagens. Na segunda, refletimos sobre *fake news*, desinformação, legitimidade de fontes, visadas do discurso e o acionamento das emoções pelas estratégias de construção do discurso. Na terceira, procedemos à análise do *corpus* selecionado.

(Re)contextualização da verdade e da pós-verdade na internet e no *whatsapp*

Ter a internet como fonte de entretenimento, de conhecimento e de relacionamentos torna-a um lugar de ampla permanência. As pessoas, no geral, mantêm-se horas *on-line*. Isso provoca o aumento de veículos de comunicação; a fragmentação é tamanha que qualquer pessoa pode encontrar eco para seus pensamentos e sentimentos em relação ao mundo dentro desses veículos ou em algum em particular.

A busca por posições semelhantes que ecoam a opinião do sujeito é o que suscita o surgimento de bolhas-filtro (Santaella, 2018) nas redes sociais para que o internauta tenha ligações mais fortes e constantes com conteúdos que atendam sua preferência e que reflitam sua visão de mundo, seus valores e os mesmos padrões interpretativos, permitindo pouco espaço para alteridade.

Isso acaba por fazer com que esses indivíduos sejam menos afeitos ao debate de ideias e que sejam mais facilmente manipulados por discursos políticos enviesados que confirmem suas crenças.

No nível coletivo, os filtros são formas de manipulação que colocam o usuário mal informado, sobretudo a serviço de interesses políticos escusos. De fato, pesquisas realizadas por fontes confiáveis confirmaram que máquinas de buscas e mídias sociais promovem a segregação ideológica, pois o usuário acaba por expor as visões unilaterais dentro do espectro político mais amplo (...) Isso acaba por minar qualquer discurso cívico, tornando as pessoas mais vulneráveis a propagandas e manipulações, devido à confirmação preconceituosa de suas crenças. (SANTAELLA, 2018, p.15-16).

Percebe-se, nessa perspectiva, que as bolhas são um refúgio no qual as pessoas se escondem, o que faz aflorar todo o preconceito intrínseco que se revela frente às diferenças. Assim, os fatos alterados – e até mesmo falsos – são facilmente compartilhados, sem que se perceba o problema que essa propagação pode causar – o usuário compartilha, muitas vezes, sem até mesmo ler o conteúdo. Conforme admite Santaella (2018), as bolhas abrem brechas para a divulgação de *fake news*, visto que elas não são as causadoras diretas, mas estimulam a proliferação desses discursos.

Segundo o sociólogo John Scott (2012), a partilha de ideias é um comportamento que pode ser chamado de “reforço comunitário”, que enfatiza as ideias perpetuadas, podendo não ter relação com a realidade ou com a evidência empírica. O reforço comunitário pode ser positivo: grupos voltados para pessoas com problemas de saúde mental, doenças crônicas, vício e outros problemas costumam apoiar e ajudar

muitas pessoas que podem não ter outra saída. No entanto, quando um grupo está fechado em uma bolha de filtro, isso pode levar a um “pensamento de grupo”. Este é um fenômeno psicológico em que grupos de pessoas experimentam uma perda temporária da capacidade de pensar de maneira racional, moral e realista. Quando os membros de um grupo são expostos às mesmas informações de confirmação, os resultados podem ser extremos. Os sintomas incluem ser excessivamente otimista, correr riscos, ignorar as convenções legais e sociais, considerar os de fora do grupo como inimigos, censurar ideias opostas e pressionar os membros a se conformarem.

De acordo com Ferrari (2018), no mundo contemporâneo, observa-se a ampliação das formas de conexão entre os indivíduos e entre os indivíduos e os grupos. Tal aspecto proporciona certa horizontalidade da comunicação e, portanto, a ruptura com certo aspecto característico dos meios de comunicação mais tradicionais, que se organizavam a partir de uma relação entre determinado emissor e muitos receptores. Por essa via, a internet proporciona a multiplicidade e a heterogeneidade das conexões.

A autora aponta que as mentiras surgem nesse cenário de saturação de informações que vivemos nos últimos 20 anos da internet. Por isso, ela defende que se trata de um momento promissor para o jornalismo e para a retomada dos esforços de debate público, em que veículos de credibilidade contabilizam um certo aumento de receitas de assinaturas, como os grandes jornais internacionais.

Dado o exposto, percebe-se que a confirmação de crenças dos usuários é peça fundamental para a compreensão inicial de propagação de *fake news*, uma vez que, nesse caso, só se compartilha algo que está de acordo com a própria opinião, hábito e preferência, o que pode ser chamado de pós-verdade.

A pós-verdade é outro tópico que vem sendo discutido pelos meios midiáticos com bastante frequência e será melhor explicitado na seção seguinte. Esse conceito anda de mãos dadas com as *fake news*, fazendo com que estas cheguem com mais rapidez tendo em vista a facilidade de compartilhamento dos grupos que interagem entre si tanto pelo celular como pelo computador. Na mesma direção, Cornu (2015) confirma que a internet, por ser um ambiente ágil, em que o jornalista precisa relatar quase que de maneira simultânea o ocorrido, pode se deparar com fatos imprecisos ou tendenciosos, levando à falta de informação.

Nessa perspectiva, Karnal (2016) afirma que as redes sociais descredibilizam os suportes jornalísticos de maior prestígio, que perdem cada vez mais espaço nessa disputa pelo factual.

Percebe-se que há uma congruência entre esses dois conceitos: *fake news* e pós-verdade, posto que a primeira é intensificada a partir dos mecanismos da segunda. De acordo com Genesini (2018), existem dois potencializadores para que esses fenômenos sociais cresçam assustadoramente: as redes e as mídias sociais. Esses dois meios de comunicação são um campo fértil para a disseminação de *fake news* e desinformação. Segundo Ferrari,

A conjugação de alguns fatores tem contribuído para a força do processo de desinformação: a configuração das redes digitais, a possibilidade de exploração dos recursos tecnológicos dentro do universo narrativo para alcançar audiências gerais ou delimitadas por bolhas e a crise de confiança sofrida por instituições como a imprensa e a ciência. Não se trata de fatores exclusivamente estanques, mas que têm capacidade de agir de forma simultânea e confluyente. (FERRARI, 2020)

Se as redes digitais criaram tantos nichos quanto bolhas, isso se disseminou também para aplicativos de troca de mensagens instantâneas, como o *Whatsapp*. Como opção gratuita de comunicação e com um design de rede privada com criptografia de ponta a ponta, o aplicativo se transformou em uma ferramenta de propagação de informações para grandes públicos muito eficiente.

Em dezembro de 2019, a Câmara dos Deputados e o Senado encomendaram uma pesquisa que demonstrou que o brasileiro usa as redes sociais como forma de informar-se. O *Whatsapp* encabeça a lista, citado como fonte por 79% dos entrevistados. Em seguida, foram mencionados canais de televisão (50%), a plataforma de vídeos Youtube (49%), o Facebook (44%), sites de notícias (38%), a rede social Instagram (30%) e emissoras de rádio (22%). O jornal impresso também foi citado por 8% dos participantes da sondagem e o Twitter, por 7%.⁴

⁴ [Whatsapp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa - ISTOÉ Independente \(istoe.com.br\)](https://www.istoe.com.br/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa/) Acesso em 07 jul. 2022

Isso demonstra o potencial da desinformação atingir um público cada vez mais amplo que deseja, mais do que ter a informação, confirmar o estatuto identitário de seu grupo.

Voto de confiança para a *fake news*?

Nesta seção, abordaremos as ideias de Charaudeau (2013) sobre as mídias e o pensamento de Wardle e Derakhshan (2017a e 2017b) sobre as *fake news*. A partir de Charaudeau (2013), serão estabelecidas as categorias de análise que se referem às mídias tradicionais – como o jornal, a TV e o rádio. Embora o autor não aborde as mídias digitais, os seus conceitos servirão de base para se pensar como as notícias – e as *fake news* – têm se estruturado e se disseminado por esses novos canais. Nessa medida, Wardle e Derakhshan (2017a e 2017b), que trabalham especificamente no campo das *fake news*, servirão como aporte às ideias de Charaudeau (2013), contribuindo com a discussão sobre como se configuram as *fake news* e os novos ambientes virtuais.

Charaudeau (2013) explicita que o objeto de seu estudo é a lógica simbólica, pois, por um lado, a lógica econômica e a lógica tecnológica são menos passíveis de significativas mudanças e, por outro lado, o interesse do pesquisador é observar o modo como os sujeitos regulam as trocas sociais, criam as representações dos valores que embasam a sua prática e manipulam os signos na produção de sentidos, dado que, por mais paradoxal que possa parecer, é a lógica simbólica que regula as demais. Assim, Charaudeau (2013, p. 16-17) assume que, embora o seu trabalho faça parte dos estudos da linguagem, outras disciplinas que compõem as ciências humanas e sociais são convocadas, a fim de dar conta da complexidade do objeto de pesquisa.

O autor explora a noção de que as mídias manipulam. Segundo Charaudeau (2013), para haver manipulação, é preciso um agente manipulador, um projeto e uma tática, além de um alvo a ser manipulado. Dessa forma, para atingir os seus fins comunicacionais, as mídias deveriam mirar no maior número de pessoas e, assim, considerar o seu público mediano em relação ao grau de saber? Ou então selecionar um público específico, capaz de compreender com mais propriedade as informações? Diante de tal impasse, uma saída encontrada é tocar a afetividade dos destinatários, disseminando simplificações e clichês, o que, segundo o autor, poderia ser

compreendido como uma forma de manipulação, mas que não se configura como papel das mídias. Por fim, Charaudeau (2013, 19-20) examina a noção de que as mídias não transmitem o que ocorre na realidade social, mas impõem a sua construção do espaço público. De acordo com o autor, essa questão se trata, essencialmente, de uma questão de linguagem.

No tocante ao ato de transmitir uma informação, Charaudeau (2013, p. 33) explicita as singularidades dos termos linguagem e discurso. Segundo o autor, a linguagem “não se refere somente aos sistemas de signos internos a uma língua, mas a sistemas de valores que comandam o uso desses signos em circunstâncias de comunicação particulares.” Trata-se, portanto, da linguagem como ato de discurso, no sentido de que uma fala, ao produzir determinado sentido, se organiza em dado contexto social. Dessa forma, informar implica na produção de certo discurso em certa situação comunicacional.

O teórico defende que toda situação de comunicação se insere em um “quadro de referência ao qual se reportam os indivíduos de uma comunidade social quando iniciam uma comunicação.” (CHARAUDEAU, 2013, p. 67). Isso significa que os atos comunicacionais se realizam a partir de uma “co-intencionalidade”, em que o locutor e o interlocutor reconhecem as restrições da situação comunicativa, pois estão vinculados a um acordo previamente estabelecido a respeito dos dados desse quadro de referência, o denominado contrato de comunicação. Tal quadro resulta das características próprias da situação de troca linguística: os dados externos e os dados internos.

Os dados externos são delimitados no campo de uma determinada prática social; a sua construção é pautada “pelas regularidades comportamentais dos indivíduos que aí efetuam trocas e pelas constantes que caracterizam essas trocas e que permaneceram estáveis por um determinado período” (CHARAUDEAU, 2013, p. 68).

Segundo o autor, tais dados podem ser reagrupados em quatro categorias, que, por sua vez, correspondem a uma espécie de condição de enunciação: condição de identidade, condição de finalidade, condição de propósito e condição de dispositivo. “A identidade dos parceiros engajados na troca é a condição que requer que todo ato de linguagem dependa dos sujeitos que aí se acham inscritos.”. Esse fator é definido por meio das respostas às perguntas: “Quem troca com quem?” ou “Quem fala a quem?” ou

“Quem se dirige a quem?”. Nessa medida, são considerados os traços de sociais e de personalidade, como *status* econômico e social, estado afetivo dos parceiros, idade, sexo, etnia e outros. “A finalidade é a condição que requer que todo ato de linguagem seja ordenado em função de um objetivo.” (CHARAUDEAU, 2013, p. 69) Esse fator é delimitado por meio da expectativa de sentido em que se baseia a troca, que deve responder à pergunta: “Estamos aqui para dizer o quê?”.

De acordo com o pesquisador, a resposta a essa pergunta se dá em termos de visadas, de objetivos, que são quatro (combináveis entre si): a prescritiva, que consiste em levar o outro a agir de determinada forma; a informativa, que consiste em querer transmitir um saber a quem se supõe não detê-lo; a iniciativa, que consiste em levar o outro a acreditar que aquilo que está sendo dito seja verdadeiro (ou provavelmente verdadeiro); e ao *pathos*, que consiste em despertar no outro um estado emocional, seja ele agradável ou desagradável. Esse fator é estabelecido por meio da resposta à pergunta: “Do que se trata?”. Trata-se, portanto, de organizar o discurso a partir de um macrotema. Esse fator é determinado por meio das respostas às perguntas: “Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação?”, “Que lugares físicos são ocupados pelos parceiros?” e “Que canal de transmissão é utilizado?”. Entram em cena os quadros topológicos da troca linguística, como os debates, os jogos e as conversas espontâneas.

Os dados internos são aqueles propriamente discursivos, os que permitem responder à pergunta do “como dizer?”. Uma vez determinados os dados externos, trata-se de saber como devem ser os comportamentos dos parceiros da troca, suas maneiras de falar, os papéis languageiros que devem assumir, as formas verbais (ou icônicas) que devem empregar, em função das instruções contidas nas restrições situacionais. Esses dados constituem as restrições discursivas de todo ato de comunicação, são o conjunto dos comportamentos languageiros esperados quando os dados externos da situação de comunicação são percebidos, apreendidos, reconhecidos. Repartem-se em três espaços de comportamentos languageiros, a saber: o espaço de locução, o espaço de relação, o espaço de tematização. (CHARAUDEAU, 2013, p. 70).

Dessa forma, no que diz respeito à informação, os objetivos estão voltados ao produtor da notícia. No entanto, a visada de captação, no polo oposto, está orientada ao destinatário numa tentativa de seduzi-lo, incorporá-lo à dramatização, para “mobilizar sua afetividade, a fim de desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida.” (CHARAUDEAU, 2013, p. 92)

Se a visada da captação busca atingir o lado sensível e menos racional das pessoas, é necessário para tanto conhecer a comunidade a que se direciona, pois, para influenciar, precisa articular apelo emocional e crença desses grupos, seu “imaginário sociodiscursivo”. Isso só pode ser alcançado encenando o discurso da informação. (CHARAUDEAU, 2013, p. 92)

Ao refletir sobre a lógica apresentada por Charaudeau acerca das comunidades sociodiscursivas de determinados grupos e de como os valores intrínsecos a eles influenciam determinadas atitudes, Santaella (2020) atrela esses grupos às bolhas e afirma que elas não funcionam individualmente, mas, por meio da aproximação com todos aqueles que possuem um posicionamento semelhante.

Nessa perspectiva, de acordo com Charaudeau (2013), o espaço de locução é aquele em que o sujeito se depara com a questão da “tomada da palavra”, ou seja, ele deve justificar por que tomou a palavra e identificar o interlocutor ao qual ele se volta. O espaço da relação é aquele em que o sujeito estabelece relações de exclusão e de inclusão, de força ou de aliança a partir da definição de sua identidade e da identidade de seu interlocutor. O espaço de tematização é aquele em que o sujeito se detém sobre o domínio do saber, por meio de um modo de intervenção – que pode ser de continuidade, de retomada, diretivo e outros – e de um modo de organização discursivo característico – que pode ser narrativo, argumentativo ou descritivo – para o campo temático em que está inserido.

Em relação à identificação das fontes, o pesquisador assume que as mídias não podem, evidentemente, inventar notícias: elas devem utilizar fontes internas ou externas. As fontes internas compreendem, por um lado, as que integram a organização informacional, como os correspondentes, os enviados especiais e os arquivos próprios, e, por outro lado, as que são externas ao órgão informacional, como as agências e indústrias do serviço e outras mídias. As fontes externas compreendem, por um lado, às de caráter institucional (oficiais e oficiosas), como o Estado-Governo, a administração, os órgãos sociais e políticos, e, por outro lado, às de caráter não institucional, como as testemunhas, os especialistas e os representantes de diferentes corpos profissionais.

Para apresentar as fontes, é preciso, antes de tudo, querer fazê-lo, o que nem sempre é o caso. Em seguida, é necessário fornecer a origem das fontes e os meios de identificar os signatários pelo nome, pelo

status, função e pelo pertencimento ou não ao organismo de informação considerado. Mas isso não é tudo, pois está também em causa o modo de nomear a fonte, escolhendo um modo de denominação e uma modalidade de enunciação que indique a relação que a mídia mantém com a fonte. (CHARAUDEAU, 2013, p. 148).

No que diz respeito ao modo de denominação, o autor admite que é possível identificar a fonte por meio do nome de uma pessoa ou de uma instituição, com a utilização de pronomes do tratamento ou não, de maneira direta ou indireta. Além disso, é possível indicar o título de uma pessoa, como forma de marcar autoridade e prestígio; a função, que se relaciona com o status profissional (o perito, o especialista e outros), ou, então, por meio de uma denominação vaga, quando é preciso preservar o anonimato da fonte. Em relação à modalidade de enunciação, Charaudeau (2013, p. 149) assume que esta pode ser expressa por verbos modais – diz, declara, faz, afirma, indica e outros – cuja semântica é mais ou menos reveladora da atitude da instância de enunciação em relação à fonte original do que é relatado. Todos esses fatores influenciam na credibilidade das mídias, produzindo efeitos diversos, como o de evidência, quando a fonte é citada; de verdade e de seriedade profissional, quando a fonte é identificada precisamente; de suspeita, se a identificação se faz de modo vago, indireto ou anônimo.

Isso posto, enquanto Charaudeau discute sobre os mecanismos que compõem a construção da informação, no sentido oposto, tendo em vista o atual cenário em que nos encontramos no tocante à disseminação das desinformações, Wardle e Derakhshan (2017a e 2017b) dedicam-se aos estudos voltados à desordem da informação. Para os pesquisadores, a baixa qualidade gerada por informações falsas polui a comunicação trazendo prejuízos para os interlocutores. No entanto, o ecossistema de desinformação é variado e pode ser classificado em três categorias: mis-information (informação incorreta), dis-information (informações falsas conscientemente compartilhadas para causar danos) e mal information (informações genuínas compartilhadas para causar danos)⁵, conforme ilustra o gráfico abaixo.

⁵ [Panorama da desinformação | Manual da Credibilidade](#). Acesso em 07 jul 2022.



Figura 1: "Desordem da informação".

Fonte: Biblioteca Digital da Unesco⁶

Para este artigo vamos nos ater ao tipo chamado desinformação, cujo conteúdo é falso, manipulado, enganoso, impostor ou fabricado para causar algum dano. Produtores de desinformação tipicamente têm motivações políticas, financeiras, psicológicas ou sociais⁷. A circulação indiscriminada de informações falaciosas confunde as pessoas e reforçam a existência das bolhas-filtro e causam medo e incertezas diante da realidade. O sucesso dessa desinformação se deve, geralmente, ao apelo emocional. Isso porque "O conteúdo problemático mais bem-sucedido é aquele que toca nas emoções das pessoas, encorajando sentimentos de superioridade, raiva ou medo" (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p. 7, tradução nossa)⁸

⁶ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em 07 jul. 2022.

⁷ Wardle, C. & H. Derakshan (September 27, 2017) Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Council of Europe. Disponível em: [Panorama da desinformação | Manual da Credibilidade](#). Acesso em 07 jul. 2022

⁸ Original: "The most 'successful' of problematic content is that which plays on people's emotions, encouraging feelings of superiority, anger or fear" (WARDLE, DERAKHSHAN, 2017, p. 27). Acesso em 07 jul. 2022.

Dado o exposto, percebe-se que o apelo emocional está vinculado à confirmação de crenças dos usuários e é peça fundamental para a compreensão inicial de propagação de *fake news*, uma vez que, nesse caso, só se compartilha algo que está de acordo com a própria opinião, hábito e preferência, o que pode ser chamado de pós-verdade.

Nesse sentido, Hezrom e Moreira (apud CHRISTOFOLETTI, 2016) ressaltam que a ideia de pós-verdade consiste em uma atmosfera que motiva as pessoas a considerarem muito mais as suas crenças pessoais, os seus sentimentos e os seus desejos particulares do que os fatos, propriamente ditos, e explicações mais lógicas e científicas. Conforme apontam, “é um ambiente onde a nossa noção de verdade, que antes estava ancorada na comprovação das coisas, não é mais suficiente para que as pessoas se convençam”.

Wardle e Derakhshan (2017b) admitem que as *fake news* são criadas por diferentes motivações: política, financeira, psicológica (para satisfação pessoal) e social (para reforçar o pertencimento a comunidades ou “tribos”). Desse modo, eles reforçam que é preciso se considerar com muita seriedade, principalmente, o elemento social.

A mídia social nos força a viver nossas vidas em público, posicionados no centro do palco em nossas próprias apresentações diárias. Erving Goffman, o sociólogo americano, articulou a ideia de “vida como teatro” em seu livro de 1956, *The Presentation of Self in Everyday Life*, e embora o livro tenha sido publicado há mais de meio século, o conceito é ainda mais relevante hoje. É cada vez mais difícil viver uma vida privada, não apenas em termos de manter nossos dados pessoais longe de governos ou corporações, mas também de manter nossos movimentos, interesses, e, o mais preocupante, hábitos de consumo de informação do mundo todo.

Dessa forma, os autores reconhecem que as mídias sociais são projetadas para que seus usuários sejam constantemente avaliados – e, na mesma medida, avaliem os outros –, impulsionando o desejo de causar uma boa impressão no público, seja ele imaginário ou real. Tudo o que os usuários consomem, inclusive em termos de notícias, é visível para muitos, o que faz com que aquilo que os usuários identificam como positivo, como aquilo que eles gostam, é identificado como parte de sua identidade, de

sua classe social, de seu status e também de suas convicções políticas. Nessa medida, Wardle e Derakhshan (2017b) enfatizam que o ato de compartilhar determinada notícia é uma forma de sinalizar ao outro que se concorda com o sentimento ou com a mensagem transmitida, pois trata-se de algo que é relevante e que todos devem prestar atenção. É um modo de reforçar o sentimento de pertencimento a um grupo, de conexão com os outros.

Assim sendo, os autores estruturam uma nova nomenclatura para designar a desordem na informação, a partir de três categorias diversas: 1. Informação incorreta, que ocorre quando informações falsas são compartilhadas sem a intenção de causar danos; 2. Des-informação, que ocorre quando informações falsas são deliberadamente compartilhadas para causar danos; e 3. Mal-informação, que ocorre quando informações verdadeiras são compartilhadas para causar danos, muitas vezes por revelar informações privadas na esfera pública. Assim, o conteúdo falso é dividido em sete categorias:

1. Sátira ou paródia – com a intenção de enganar;
2. Conteúdo enganoso – para prejudicar um indivíduo;
3. Conteúdo falso – o texto original reescrito com informações falsas;
4. Conteúdo impostor – informações falsas atribuídas a fontes oficiais;
5. Conteúdo manipulado – imagens modificadas;
6. Conteúdo fabricado – conteúdo 100% fabricado;
7. Associação falsa – títulos e legendas que não condizem com o conteúdo.

Diante do exposto, as plataformas virtuais não são ambientes neutros, uma vez que uma série de textos, imagens e vídeos são impulsionados por bilhões de seres humanos, que afirmam suas posições mais particulares em suas próprias redes e também na vida real.

Desse modo, Wardle e Derakhshan (2017a, p. 13) afirmam que, além do fato de a comunicação nas redes sociais pressupor uma interação entre os usuários muito mais

voltada ao apelo emocional, há a busca por pertencer e fortalecer o pensamento de grupo pela busca do viés de confirmação.

Análises

Conforme referido na Introdução, o objetivo deste trabalho é elucidar sobre a construção de desinformação em ambientes virtuais, mais especificamente no *WhatsApp*, e como a dinâmica de interações dos grupos é fortalecida por meio de discursos que trazem fontes ditas como confiáveis pela sociedade. Para tanto, nos valemos, por um lado, de um referencial teórico capaz de revelar a complexidade da desinformação, vinculada à noção de pós-verdade de Wardle (2017a e 2017b), e, por outro lado, nos ancoramos nos estudos da linguagem e do discurso a respeito da construção midiática de notícias; ainda que esses estudos não abordem diretamente a produção de *fake news*, acreditamos que, como as notícias falsas são construídas com a pretensão de revelar uma verdade, pautadas em um modelo, muitas vezes, jornalístico, conjecturamos que, por comparação aos recursos utilizados nas mídias tradicionais, como aquelas tratadas por Charaudeau (2013), é possível identificar os recursos linguísticos e discursivos empregados na construção de tais *fake news*, a fim de revelar os seus modos de construção e de manipulação da instância de recepção.

Para a nossa análise, recorremos a uma *fake news* já checada pela agência *Lupa* em 20 de maio de 2022. Na seguinte figura, temos um recorte do texto, proferido pelo deputado federal Otoni de Paula, e imagem do vídeo que circulou em conversas pelo *WhatsApp*. No presente artigo, focamos no texto – objeto de nossa análise. Assim sendo, nossos objetivos específicos são: a) verificar como os recursos linguístico-discursivos colaboram para a manipulação de informação; b) indicar marcas da visada de captação no discurso político e c) demonstrar como o uso de uma fonte confiável pode ampliar a crença numa falácia.



A informação que nós recebemos dos próprios peritos é que, ao serem convidados e ao examinarem a confiança das urnas eleitorais, espante-se, eu fiz questão de anotar. Os peritos criminais da Polícia Federal encontraram, primeiro, eles conseguiram fazer ataque no processo de inicialização das urnas, ou seja, já no processo que elas são inicializadas, eles conseguiram hackear isso. Segundo, esses técnicos conseguiram, olha que absurdo, gerar um boletim falso de urna. Eu estou falando de técnicos, peritos criminais da Polícia Federal. Também, eles conseguiram obter a chave criptográfica da urna, o que é um absurdo. É a alma da urna eletrônica e eles conseguiram. E por último, conseguiram o que talvez seja o mais absurdo de tudo: recuperar a ordem digital do registro do voto, que é o que garante o nosso sigilo de voto. Ou seja, eles conseguiram mostrar que a urna eletrônica não é confiável

- Vídeo que circula pelo WhatsApp

Fonte: Agência Lupa, 2022.

O texto da imagem diz o seguinte:

A informação que nós recebemos dos próprios peritos é que, ao serem convidados e ao examinarem a confiança das urnas eleitorais, espante-se, eu fiz questão de anotar. Os peritos criminais da Polícia Federal encontraram, primeiro, eles conseguiram fazer ataque no processo de inicialização das urnas, ou seja, já no processo que elas são inicializadas, eles conseguiram hackear isso. Segundo esses técnicos conseguiram, olha que absurdo, gerar um boletim falso de urna. Eu estou falando de técnicos, peritos criminais da Polícia Federal. Também, eles conseguiram obter a chave criptográfica da urna, o que é um absurdo. É a alma da urna eletrônica e eles conseguiram. E por último, conseguiram o que talvez seja o mais absurdo de tudo: recuperar a ordem digital do registro do voto, que é o que garante o nosso sigilo de voto. Ou seja, eles conseguiram mostrar que a urna eletrônica não é confiável.

A análise segue nesta sequência: verificação da fonte, análise das visadas de informação, visada de captação – a dramatização do discurso e intencionalidade da *fake news*.

1. A respeito da fonte, observamos que o enunciador valida seu discurso no momento que revela a fonte - Polícia Federal, conforme expostos pelos seguintes fragmentos:

I. A informação que nós recebemos dos próprios peritos.

Nota-se o caráter do privilégio e detenção, em primeira mão, da informação apresentada ao usar a primeira pessoa - nós. Com isso, o enunciador demonstra credibilidade sobre o que irá dizer. Ele detém uma informação da própria fonte e, como um dever social, irá transmitir para os grupos de sua rede. Afinal, ele como um político representante do povo tem o dever de orientar a população e divulgar informações

graves recebidas que podem afetar a todos. O uso do pronome nós pode ser interpretado como majestático, em que ele fala de si mesmo apenas ou como voz de um grupo, lembrando que o deputado é uma das personalidades que mais amparam e defendem os ideais do governo Bolsonaro.

II. *Peritos criminais da Polícia Federal.*

Nesse momento, há a revelação da fonte que legitima o discurso. Uma vez que ele mesmo é o transmissor de uma informação exclusiva, o poder de confiança de seu discurso torna-se imediato. Desse modo, o fator de fidedignidade está relacionado ao ponto de vista do enunciador, que, ao avaliar a legitimidade da fonte, pode, a partir disso, avaliar a credibilidade da informação fornecida por ele.

2. Sobre as visadas de informação, destaca-se a informativa, que leva o outro em querer “fazer saber”, pois trata-se de uma notícia nova e, teoricamente, não divulgada pelos veículos de imprensa mais tradicionais; a iniciativa, que consiste em querer “fazer crer”, observada por meio da reiteração das ações da Polícia Federal, explicitada pelo forma verbal “conseguiram”, e expressões didatizantes - tais como os organizadores discursivos “primeiro”, “segundo”, “também”, “por último”; o uso de um modalizador de explicação dito duas vezes, “ou seja”; e, ainda, a analogia com a espiritualidade humana ao dizer que os técnicos haviam acessado a “alma da urna eletrônica” - a fim de explicitar a mensagem de alerta. Pode ser observada inclusive a sequência de verbos usados para se referir a ação dos agentes federais. Como são tratados como especialistas, os verbos reforçam essa ideia de neutralidade, cientificidade e eficiência. Os verbos são: examinar, inicializar - termo da Ciência da Computação -, gerar boletim, obter a chave criptográfica, recuperar a ordem e, por último, mostrar. Outra visada, a nosso ver a mais evidente, é o *pathos*, que consiste em “fazer sentir”, uma vez que apela a sentimentos como o de indignação e espanto por meio dos seguintes códigos linguageiros: “espante-se, fiz questão de anotar”, “olha que absurdo”, “eu estou falando de técnicos”, “é um absurdo”; “o mais absurdo de tudo”. Percebemos que o enunciador quer demonstrar surpresa, indignação e coloca o interlocutor ao seu lado como um parceiro a quem recorrer, levando-o a experimentar emoções desconfortáveis em relação à confiabilidade das urnas. Esse crescente de emoções chega à apoteose na frase “a urna não é confiável”, porque depois de tantas partilhas de evidências entre os interlocutores fica uma opinião convincentemente mascarada de verdade. Além disso, a

gradação da palavra "absurdo" tem efeito hiperbólico, uma vez que há um exagero nessa repetição a fim de reforçar a total descrença nas eleições – um ponto relevante ao levarmos em consideração o ano de eleições e o objetivo em colocar em xeque o sistema eleitoral do Brasil.

3. No que se refere à visada de captação, observa-se a necessidade de atingir o lado sensível e menos racional daqueles que leem a mensagem. Para isso, é necessário conhecer a comunidade digital a que se direciona, pois, para influenciar, é preciso articular o apelo emocional e a crença desses grupos, daí surge a manipulação e a dramatização da informação. Por meio de um discurso repassado em redes de interesse, há um reforço dos valores – isso porque o *WhatsApp* é um aplicativo que tem como objetivo a troca de mensagens entre pares de pertencimento a determinadas bolhas, sejam elas familiares ou profissionais, ou seja, há o viés de confirmação por meio da dinâmica dos grupos. Dentro dessas comunidades, o discurso do Judiciário a favor das urnas não tem crédito, dados os seguidos ataques que sofrem as autoridades do Tribunal Superior Eleitoral, com destaque o ministro Barroso e seu sucessor Edson Fachin. Por outro lado, a Polícia Federal tem a imagem de isenta e também de justiceira frente à sociedade. Haja vista que profissionais ligados à Polícia Federal ficaram famosos e tiveram muitas vezes destaque na mídia em diversos casos, como a prisão de Eduardo Cunha que alçou o policial Lucas Valença, ao status de celebridade com o apelido de “hipster da federal”. Ou ainda pela condução coercitiva de Lula pelo, então, agente Newton Ishii, chamado muitas vezes de “japonês da federal” e tornado famoso também por atuar em diligências da Lava-Jato. Lula é o desafeto número um de Bolsonaro e dos seus apoiadores e a Lava-Jato foi uma das principais bandeiras de moralidade e de justiça em resposta aos escândalos relacionados à Petrobras. Não é coincidência que, na fala do deputado, haja cinco menções aos peritos da polícia (peritos, peritos criminais da Polícia Federal, técnicos, peritos criminais da Polícia Federal). Outro aspecto interessante para observarmos sobre a repetição dos códigos linguageiros é o reforço de isenção e de credibilidade. Ou seja, um perito ou um técnico é um profissional com conhecimentos para, de maneira objetiva, usar ferramentas científicas e tecnológicas na investigação de um caso ou sistema.

4. Em relação à intencionalidade da *fake news*, trata-se, predominantemente, de um conteúdo enganoso – para prejudicar um indivíduo, uma vez que se tira do contexto

uma averiguação feita pela Polícia Federal sobre o *software* usado nas urnas a fim de descredibilizar o processo eleitoral realizado pelo TSE. A agência *Lupa*, ao averiguar a informação, reitera que o deputado federal Otoni de Paula erra ao dizer que peritos da Polícia Federal mostraram que as urnas eletrônicas não são confiáveis, pois os erros encontrados já haviam sido corrigidos e a equipe responsável pela avaliação técnica afirmara que o sistema utilizado nas urnas já não tinha mais nenhuma falha. Isso posto, a intenção é deliberada de enganar e prejudicar o Poder Judiciário, promovendo a falta de confiança e credibilidade. Desse modo, coloca-se em dúvida, o sistema de apuração de votos utilizado no Brasil e, indiretamente, reforçam-se as falas do atual presidente da República sobre a pouca legitimidade do Tribunal Superior Eleitoral.

Por fim, um fator que chama a atenção, na *fake news* analisada, é o fato de a mensagem favorecer os discursos proferidos pelo presidente Jair Bolsonaro no primeiro semestre de 2022, uma vez que ele reforça que as urnas possuem falhas e que devem estar em constante análise e dúvida por parte de seu eleitorado.

A ideia não é nova. Donald Trump também tentou desautorizar no sistema eleitoral norte-americano quando de sua derrota para Joe Biden, em 2020, provocando um ataque sem precedentes ao Capitólio com a entrada de seus apoiadores para protestar e impedir que seu adversário político fosse declarado o novo presidente dos Estados Unidos. Segundo comenta a jornalista Patrícia Campos Mello⁹, o ex-presidente norte-americano e o atual presidente brasileiro têm em comum usar as redes sociais para levantar suspeitas sem provas concretas e buscar por meio da desinformação atingir a estrutura democrática de seus países de origem. Nas palavras da jornalista,

“Trump afirma frequentemente que as eleições americanas são sempre fraudadas, porque milhões de imigrantes ilegais, que não podem votar, votam nos democratas - embora vários órgãos já tenham investigado as acusações e atestado nunca ter havido loro. Bolsonaro disse várias vezes que o pleito de 2018 foi um embuste e que ele teria vencido no primeiro turno - apesar de não apresentar nenhuma prova e de o Tribunal Superior Eleitoral ter afirmado que não houve irregularidades.” (2020, p. 20)

⁹ Patrícia Campos Mello foi um dos alvos de bolsonaristas e do próprio Bolsonaro depois de publicar uma série de reportagens sobre o financiamento de disparos em massa no *Whatsapp*, que algumas vezes beneficiavam o então presidencial. Jair Messias Bolsonaro, em 29/6/2022, teve sua condenação confirmada pelo Tribunal de Justiça de São Paulo por ofender a honra da profissional de imprensa.

O estado de alerta dos que acompanham os acontecimentos na área política não se restringe a jornalistas como Patrícia Campos Mello ou instituições como a Folha de São Paulo, jornal do qual é associada, mas até mesmo a imprensa internacional tem analisado com atenção os movimentos estratégicos no Brasil. O *The New York Times*, no dia 11 de novembro de 2021, publicou uma matéria, assinada por Jack Nicas, cuja manchete era “A conexão Bolsonaro-Trump ameaça as eleições brasileiras”¹⁰. Nela, o jornalista afirma que há interferência vinda dos Estados Unidos para a suposta iniciativa antidemocrática brasileira de reproduzir planos ditatoriais de Trump.

Nos Estados Unidos, o projeto de Trump de deslegitimar o processo eleitoral e invalidar as últimas eleições presidenciais acabou como uma grave pecha à imagem da democracia daquele país. No Brasil, o que se constata no cenário atual é uma organização para provocar uma reação de desconfiança parecida, evidenciando que há um projeto político de disparo em massa de notícias falsas, inclusive por robôs, cujo objetivo é atacar os adversários do Presidente da República, potencializar os grupos pró-governo e enfraquecer o processo eleitoral a fim de garantir apoio em caso de derrota no próximo pleito para presidente, ao final de 2022.

Conclusão

Em um momento de tanta polarização política e, em meio a um ano eleitoral (2022), este artigo buscou analisar o *modus operandi* da disseminação e articulação de *fake news* em conversas pelo *WhatsApp* e como a dinâmica de grupos é fortalecida a partir de crenças e valores compartilhados nas bolhas sociais.

Nesse sentido, usar a fonte como forma de legitimar o discurso dentro de grupos de mídias digitais, como no *Whatsapp*, é uma ferramenta facilitadora e uma garantia da *fake* como fato a partir do viés de confirmação. Ao unir desinformação e fontes confiáveis a favor de um discurso político específico, as chances de adesão de um número cada vez maior de usuários que se informam pelas redes pode trazer resultados negativos para o sistema democrático.

¹⁰ Matéria sobre a ameaça golpista às eleições de 2022 e a influência de Trump nessa dinâmica [Aliados de Trump ajudam Bolsonaro a semear dúvidas nas eleições brasileiras - The New York Times \(nytimes.com\)](https://www.nytimes.com/2021/11/11/us/politics/bolsonaro-trump-elections-brazil.html). Acesso em 07 jul. 2022.

Desse modo, os resultados revelaram que, a partir da análise do discurso produzido na entrevista cedida por Otoni de Paula à TvJCO e difundido nos grupos bolsonaristas de *Whatsapp*, a deslegitimação das urnas está intimamente relacionada às questões político-partidárias. Assim, conclui-se que a dimensão do discurso é política e ideológica e, portanto, faz-se necessário atentar-se ao contexto de disseminação das *fake news* para se alcançar a compreensão do projeto que visa a agir em benefício de alguns políticos em detrimento de seus adversários, que são desqualificados publicamente

Acreditamos que nosso estudo possa contribuir para elucidar, cada vez mais, o quanto a dimensão da linguagem e do discurso é política, na medida em que, quando se trata de enganar de forma deliberada alguém, torna-se perigosa para a democracia a utilização de mentiras, atreladas a determinados ideais partidárias. Por isso, parece-nos urgente debater as diferentes formas de construção das *fake news*, assim como seus modos de relação com o co-enunciador e o apelo aos afetos em detrimento à razão.

Referências

AFONSO, Natalia. É falso que peritos da PF demonstraram que urnas eletrônicas não são confiáveis. **Lupa**, 2022. Disponível em: [É falso que peritos da PF demonstraram que urnas eletrônicas não são confiáveis \(uol.com.br\)](#). Acesso em: 05 jun. 2022.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Algumas reflexões sobre o papel dos estudos linguísticos e discursivos no ensino-aprendizagem na escola. **Estudos semióticos**. São Paulo: USP, v. 15, n. 2, p. 1-14, 2019.

CORNU, Daniel. Da deontologia do jornalismo à ética da informação. Conferência proferida na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Imprensa da Universidade de Coimbra. Portugal, jan. 2015. Disponível em: <https://digitalis-dsp.uc.pt/bitstream/10316.2/36646/1/Da%20deontologia%20do%20jornalismo%20C3%A0%20C3%A9tica%20da%20informa%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2020.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.

FERRARI, Pollyana; BOARINI, Margareth. **A desinformação é o parasita do século XXI**. Organicom, ano 17, n. 34, setembro/dezembro 2020. Disponível em: [Vista do A desinformação é o parasita do século XXI \(usp.br\)](#). Acesso em: 05 jun. 2022.

_____. **Como sair das bolhas**. São Paulo: Educ / Fortaleza: Armazém de Cultura, 2018.

GENESINI, Silvio. **A pós-verdade é uma notícia falsa**. Revista USP, n. 116, 2018, p. 45-58. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146577/140223>. Acesso em: 29 jul. 2020.

HEZROM, Edomm e MOREIRA, Isabela. **Pós-Verdade e Fake News: Os desafios do jornalismo na era do engano**. Ebook, 2018.

KARNAL, Leandro. **A detração: breve ensaio sobre o maldizer**. São Leopoldo:Unisinos, 2016.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. São Paulo: Companhia das letras, 2020.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

_____. A semiótica das *fake news*. **Verbum**, São Paulo: PUC-SP, v. 9, n. 2, p. 9-25, set. 2020.

SCOTT, John. **Social Network Analysis**. California, EUA: Sage Publications, 2012.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, Out., 2017a. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 05 jun. 2022.

_____. **How did the news go “fake”?** When the media went social. 2017b. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/nov/10/fake-news-social-media-current-affairs-approval>. Acesso em: 05 jun. 2022.

ABSTRACT

In an election year like the current one (2022), in a scenario as polarized as the one we are experiencing, causing controversy, muting opponents and spreading fear in the population through fake news are very important political weapons. With that in mind, this article aims to analyze how the use of a source can favor the seduction for a fallacious speech. To do so, we selected the initial excerpt of an interview given by congressman Otoni de Paula to the TVJCO channel about fraud in electronic voting machines in Brazil (May 20, 2022). We resorted to the theoretical-methodological framework of Discourse Analysis (AD), proposed by Charaudeau (2013) and the Journalism disinformation ecosystem, proposed by Wardle and Derakhshan (2017a and 2017b). Therefore, we believe that our study can contribute to elucidate how the dimension of language and discourse is political and strengthened by the interests of certain social groups.

Keywords: Policy. Fake News. Source. Electronic ballot box.

VERBUM – CADERNOS DE PÓS GRADUAÇÃO – ISSN 2316-3267