

# Marielle Franco: polarização, *fake news* e pós-verdade

## *Marielle Franco: polarization, fake news and post-truth*

### Felipe Moura de Oliveira

felipecomunica@gmail.com

Jornalista, professor da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Fabico/UFRGS). Doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos).

### Gabrielle da Silva Tolotti

tolotti.gabrielle@gmail.com

Relações públicas, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Especialista em Cultura Digital e Redes Sociais pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

### Resumo

O artigo dedica-se a compreender o fluxo de informações que circularam no ambiente digital envolvendo a execução, no Rio de Janeiro, da vereadora Marielle Franco (PSOL) e do seu motorista, Anderson Gomes, em 14 de março de 2018. Na esteira da repercussão do acontecimento, discute a proliferação de *fake news* como parte do fenômeno da “pós-verdade”, tendo como inspiração metodológica as diretrizes propostas pela análise de discurso de Patrick Charaudeau. Para tanto, a partir do levantamento feito pelo escritório de advocacia que moveu ações em defesa da memória da vereadora, debruça-se sobre oito páginas do Facebook que espalharam notícias falsas sobre Marielle e sobre três das sete imagens que circularam nessas páginas e foram construídas para desinformar e mobilizar a opinião pública. Percebe-se, nesse contexto, uma intensa disputa de sentidos em meio à batalha política que se estabelece na esfera pública brasileira, cuja tendência de momento é a ascensão do pensamento conservador.

**Palavras-chave:** *fake news*, pós-verdade, Marielle Franco.

### Abstract

This article seeks to understand the flow of information circulated in the digital sphere about the execution of Rio de Janeiro city council member, Marielle Franco (PSOL) and her driver, Anderson Gomes on March 14, 2018. In the wake of the event's repercussions, it discusses the proliferation of fake news as part of the “post-truth” phenomenon, taking the guidelines proposed by Patrick Charaudeau's discourse analysis as methodological inspiration. Based on a survey carried out by the law firm that filed lawsuits in defense of the politician's memory, we look at eight Facebook pages that spread false news about Marielle and at three of the seven images shared in these pages, which were constructed to mislead and mobilize public opinion. An intense meaning dispute is perceived in the midst of the political battle that is established in the Brazilian public sphere, which at the moment leans towards the rise of conservative thinking.

**Keywords:** fake news, post-truth, Marielle Franco.

## 1. Introdução

Desde a eleição de Donald Trump, nos EUA, e a votação do referendo do Brexit, no Reino Unido, em 2016, a discussão sobre *fake news* e pós-verdade tem ganho espaço no debate público. Ademais, alguns pesquisadores sustentam que se trata de uma tendência mundial, que tem influenciado a tomada de decisões em inúmeros outros eventos importantes. Trata-se de elementos que realçam a necessidade de aprofundamento dos estudos sobre essa temática. Esse é o propósito deste artigo, sobretudo face

à interposição do fenômeno na ruidosa esfera pública brasileira. O debate é ambientado no Brasil de 2018, ano da execução da vereadora Marielle Franco (PSOL), conhecida pela defesa de pautas progressistas.

Nesse contexto, convém, de imediato, oferecer à leitura a pergunta heurística que faz o texto operar análises: como o fenômeno da pós-verdade, materializado no espalhamento de *fake news*, manifesta-se no Brasil de 2018 em meio à ascensão do pensamento conservador? Portanto, o presente trabalho visa analisar: a) a disseminação, no ambiente digital, de notícias falsas sobre Marielle após

o seu assassinato; b) o discurso empregado nas imagens e nas páginas que influenciaram esse processo, tendo por fim compreender a intenção por trás das publicações caluniosas e os motivos que levaram ao compartilhamento.

Entende-se que a metodologia mais apropriada para tanto é a Análise do Discurso (AD). A AD compreende a exterioridade como parte constituinte de sentido e tem como objeto de estudo o produto da relação entre língua, sujeito e história: o discurso. Para operacionalizá-la, o principal marco teórico é Patrick Charaudeau (2004, 2016, 2018), que define o ato de linguagem como um fenômeno interenunciativo, pois a sua significação depende dos saberes supostos que circulam entre o sujeito-produtor e o sujeito-interlocutor – saberes supostos a respeito do mundo e saberes supostos sobre os pontos de vista recíprocos. Charaudeau (2018) também define que a relação entre a produção e a interpretação está baseada em um quadro de cointencionalidade, assegurada por um contrato de comunicação. As trocas linguageiras são concretizadas, pois há um acordo implícito no qual todos os sujeitos envolvidos conhecem as suas restrições. Essas se dão a partir da regulação das práticas sociais e são estabelecidas pelos indivíduos que tentam viver em comunidade e pelos seus discursos de representação, produzidos com o intuito de justificar e valorizar essas mesmas práticas.

Na primeira etapa do artigo, buscamos referências teóricas para desenvolver a noção de *fake news* e pós-verdade – embora esses conceitos ainda estejam sendo discutidos e formulados. Ainda, é por bem que se esclareça que o objetivo deste trabalho não é discutir as terminologias, mas o fenômeno e suas consequências. Em seguida, é traçado um panorama dos eventos decorrentes do assassinato de Marielle Franco. Aborda-se a repercussão do acontecimento – também pensado a partir da noção de ciberacontecimento (Henn, 2014) –, a campanha orquestrada para difamar a vereadora carioca e a ação judicial movida contra o Facebook, elaborada com o intuito de frear o espalhamento de *fake news*. Neste momento, também apresentamos e analisamos o *corpus* da pesquisa, construído a partir da referida ação judicial. Ao final, sustentamos que a campanha de difamação de Marielle Franco dá voz ao conservadorismo.

## 2. Inscrição teórica

A prática de espalhar notícias falsas não é uma novidade. Vem desde, pelo menos, o século 6, como explica Robert Darnton, em entrevista à *Folha de S. Paulo*. O professor emérito da Universidade Harvard aponta o jornalista Pietro Aretino (1492-1556), conhecido por, no século 16, difundir textos que difamavam cardeais que almejavam se tornar papa, como o principal difusor de *fake news* no passado (Victor, 2017).

No entanto, com a profunda alteração das formas de produção e consumo de informação, provocada pelo uso comercial da internet, a partir da década de 1990, pelo avanço da digitalização da comunicação e pela ascensão dos sites de redes sociais digitais, a expressão *fake news* tem se ressignificado e se popularizado. Em 2016, por conta do referendo sobre a saída da Grã-Bretanha da União Europeia e das eleições presidenciais nos EUA, o assunto irrompeu no debate público, no âmbito de um fenômeno maior: a pós-verdade.

Para um melhor entendimento sobre a definição contemporânea do termo *fake news*, Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling (2017) fizeram uma revisão de 34 estudos acadêmicos publicados em língua inglesa entre 2003 e 2017. A pesquisa identificou seis maneiras pelas quais esses estudos operacionalizaram *fake news*: sátira de notícias, paródia de notícias, fabricação, manipulação, material publicitário e propaganda (política). Para os autores, as seis definições têm em comum a apropriação do formato de notícias reais, simulando desde a linguagem até a aparência (interface de sites de notícias, por exemplo).

A partir dessa revisão histórica, os autores também identificaram dois domínios estruturantes, que evidenciam diferenças fundamentais entre os vários tipos de *fake news* discutidos na literatura: a dimensão da facticidade, que tem relação com o quanto as *fake news* se baseiam na realidade, e a dimensão da intencionalidade, relacionada à intenção imediata do produtor do conteúdo, o quanto ele pretende enganar seus consumidores. Para os pesquisadores de Singapura, a inter-relação desses domínios, em seus diferentes níveis, pode ser um ponto de partida para que se possam definir *fake news* com mais precisão.

No contexto das eleições presidenciais dos Estados Unidos, em 2016, Hunt Allcott e Matthew Gentzkow (2017, p. 212, tradução nossa) definem *fake news* como “sinais distorcidos, sem correlação com a verdade”. Para os autores, a produção de *fake news* é motivada, principalmente, por questões financeiras – notícias falsas que viralizam podem gerar receita por meio da publicidade em sites – e ideológicas, quando alguns produtores de notícias falsas buscam vantagem política, geralmente desacreditando ou atacando adversários. Os pesquisadores concluem ressaltando que o estudo não permite afirmar que as *fake news* alteraram os resultados da eleição estadunidense. Entre as dificuldades, Allcott e Gentzkow (2017) apontam a incompletude do banco de dados e, principalmente, a dificuldade de mensurar o impacto real das *fake news* no voto do eleitor.

Corroborando o entendimento de que ainda não há consenso sobre o termo, no relatório do *High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation* (HLEG), nomeado pela Comissão Europeia, o termo *fake news*, usado inicialmente pelo órgão, é deliberadamente evitado.

Argumenta-se que o termo é inadequado e insuficiente para abranger o complexo sistema da desinformação, que envolve também conteúdo que não é falso ou completamente *fake*. Compreende-se também que os processos utilizados nesse sistema englobam muito mais do que “notícias”, incluindo distribuição automatizada de conteúdo, edição de vídeos, segmentação de público, fabricação de memes, etc. (European Commission, 2018).

Nesse sentido, Claire Wardle (2017), integrante do HLEG e diretora do *First Draft*, tem trabalhado para sistematizar uma tipologia sobre os diferentes tipos de *Misinformation* (difusão involuntária de informação falsa) e *Disinformation* (criação e difusão deliberada de informação sabidamente falsa). Para a pesquisadora, existem sete tipos de conteúdo problemático inseridos no nosso ecossistema de informações: a) sátira ou paródia (sem intenção de causar dano, mas com potencial para enganar); b) conteúdo enganoso (utilizado contra algo ou alguém); c) conteúdo impostor (quando informações genuínas são atribuídas a outros); d) conteúdo fabricado (predominantemente falso, construído com o intuito de enganar e causar dano); e) conexão falsa (quando as manchetes, recursos visuais ou legendas não confirmam o conteúdo); f) contexto falso (quando um conteúdo genuíno é inserido em um contexto falso); g) conteúdo manipulado (quando uma informação ou imagem verdadeira é manipulada para enganar).

Como forma de compreender a capacidade de propagação e influência que as *fake news* alcançaram nos últimos anos, também se faz necessário analisar o fenômeno que foi a base que possibilitou o desenvolvimento dessa prática: a pós-verdade. No final de 2016, a *Oxford Dictionaries*, departamento da Universidade de Oxford, escolheu a expressão pós-verdade como a “palavra do ano” e definiu pós-verdade como um substantivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (Post-truth, c2016, online, tradução nossa).

Em relação à pós-verdade, Matthew D’Ancona (2018) escreveu sobre o Brexit e a eleição de Donald Trump, apresentando um panorama sobre as origens, os sintomas e os desafios. De forma assertiva, D’Ancona declara que a base social da era da pós-verdade é o colapso da confiança nas instituições tradicionais e seu “momento germinal” é a crise de 2008. Para o autor, há uma desconfiança generalizada, alimentada por décadas pelos sucessivos escândalos de corrupção, midiáticos, políticos e econômicos, a que a população assistiu. Em um contexto em que todos mentem, a mentira passa a ser relativizada.

De igual maneira, D’Ancona (2018, p. 46) trata a ascensão da “indústria multibilionária da desinformação”

como fator que “erodiu a primazia da verdade”. Trata-se de um ataque coordenado e estratégico de organizações de fachada, que atuam a favor de certos grupos, difundindo mentiras, sistematicamente, para suprimir a informação precisa, tendo impacto no público com predisposição ideológica para acreditar. Mesmo quando, depois de um longo processo, a “verdade” vem à tona, a dúvida já está colocada.

Cass Sunstein (2001) aponta o potencial libertador da internet, mas alerta para o risco da personalização e da fragmentação. Graças ao aumento do poder individual de escolha, as pessoas começaram a se separar em inumeráveis grupos homogêneos, que compartilham das mesmas ideias e da mesma visão de mundo. Trata-se de “câmaras de ressonância” (na tradução para a língua portuguesa) das suas próprias concepções” (Sunstein, 2001, p. 17). Para o autor, esse sistema reúne condições favoráveis para um fenômeno chamado “polarização de grupo”, tendência “de indivíduos com ideias semelhantes, ao debaterem, fortalecerem seus pontos de vista preexistentes e avançarem em direção a pontos de vista mais extremos do que já tinham” (Sunstein, 2001, p. 5).

Eli Pariser (2012), com foco na influência da tecnologia, aprofunda o debate sobre fragmentação e segmentação. Para Pariser, o marco inicial da era da personalização são as mudanças nos mecanismos de buscas. A partir da possibilidade de coleta de dados em grande escala, muitas das ferramentas da internet estão baseadas em algoritmos que filtram e organizam o conteúdo disponibilizado na rede – sendo eles capazes de determinar a relevância e a hierarquia dos conteúdos. Assim, os algoritmos de personalização nos disponibilizam conteúdos com os quais já temos familiaridade e com os quais já concordamos, mudando profundamente a forma como temos acesso às informações e contribuindo para o isolamento das pessoas nas “bolhas dos filtros”, com pouca possibilidade de se deparar com o contraditório.

Claire Wardle, em entrevista ao *El País*, alerta também que a democracia corre perigo quando as decisões são tomadas com base em informações não checadas. Para Wardle, o Brasil é muito dividido politicamente e também em assuntos culturais. Nesse cenário, as pessoas tendem a ser menos críticas. Acreditam em coisas que reafirmem as suas crenças e as compartilham (Avendaño e Betim, 2018).

Considerando o contexto de desenvolvimento da era chamada de pós-verdade, este trabalho assenta sua reflexão voltada para o cenário brasileiro. Nesse recorte, em especial, é feita a análise do período em que ocorreu a morte da vereadora Marielle Franco e do motorista Anderson Gomes, no Brasil, e do cenário em que inúmeras informações falsas tomaram corpo nas redes sociais.

### 3. Contexto do assassinato e campanha de difamação

A execução de Marielle Franco, assassinada ao lado do seu motorista, Anderson Gomes, que também morreu, na quarta-feira, 14 de março de 2018, é o acontecimento expoente do contexto social no qual esta pesquisa se desenvolve. A vereadora carioca cresceu no complexo da Maré, cidade do Rio de Janeiro. Era uma mulher negra e LGBT, socióloga, militante dos direitos humanos.

A notícia da execução de Marielle foi recebida com perplexidade pela população e gerou uma onda de comoção e indignação. No entanto, no dia seguinte ao crime, foi possível perceber o início de uma campanha de difamação de Marielle nas redes sociais.

Na reportagem “Como ganhou corpo a onda de *fake news* sobre Marielle Franco”, o jornal *O Globo* afirma que, a partir de dados coletados pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (LABIC) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e uma investigação feita pelo próprio *O Globo*, foi possível mapear o caminho das *fake news* de maior repercussão sobre o assunto. Foi constatado que, menos de 24 horas depois do assassinato de Marielle, textos, áudios e imagens com conteúdo inverídico começaram a circular pelo WhatsApp (Cariello e Grillo, 2018).

Na sexta-feira, dia 16, duas autoridades do Estado brasileiro fizeram publicações em suas redes sociais difamando Marielle Franco e ajudaram a impulsionar a onda de *fake news*. O deputado federal Alberto Fraga (DEM-DF), no Twitter (Rodrigues, 2018), e a desembargadora do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ) Marília Castro Neves, por meio de comentário no Facebook, declararam que Marielle Franco havia sido eleita pelo Comando Vermelho e que “descumpriu ‘compromissos’ assumidos com seus apoiadores” (Bergamo, 2018, on-line).

A matéria de *O Globo* sobre a onda de *fake news* indicou que, quatro horas após os primeiros *posts* difamatórios aparecerem no Twitter, o site Ceticismo Político publicou, em sua página no Facebook, um texto que foi fundamental na disseminação das falsas acusações. Horas depois, o mesmo texto foi divulgado pelo Movimento Brasil Livre (MBL), ampliando a sua repercussão. Sobre o conteúdo da postagem, a reportagem de *O Globo* indica que

*O Ceticismo Político usou como base uma reportagem da colunista Mônica Bergamo, do jornal “Folha de S. Paulo”, sobre um comentário de uma desembargadora publicado no Facebook a respeito de boatos que circulavam no WhatsApp (Cariello e Grillo, 2018, on-line).*

Conforme a publicação de *O Globo*, de 16 a 23 de março, “o link do Ceticismo Político havia sido

compartilhado mais de 360 mil vezes no Facebook, ocupando o primeiro lugar entre as publicações que abordaram o boato da ligação da vereadora com o crime organizado – seja de maneira difamatória ou em tentativas de rebater a acusação” (Cariello e Grillo, 2018, on-line).

No dia 17 de março, em função da acelerada disseminação de conteúdos falsos sobre Marielle Franco nas redes sociais, o Partido Socialismo e Liberdade e o escritório de advocacia E. Melo, J. Durães & S. Castro (EJS Advogadas) solicitaram que a população ajudasse a identificar e denunciar, por meio de um endereço de e-mail, páginas e perfis do Facebook que estavam produzindo ou compartilhando calúnias. Foram recebidos mais de 18 mil e-mails.

Dessa forma, foi possível mapear o material que estava sendo disseminado e as páginas que estavam estimulando a onda de *fake news*. Foi esse conteúdo que embasou a ação judicial movida por Luyara Santos e Monica Benício, filha e companheira de Marielle Franco, exigindo que o Facebook retirasse do ar algumas publicações com conteúdo calunioso e discurso de ódio. Foram apresentadas na ação sete imagens recebidas a partir das denúncias e oito *fanpages* que as compartilharam, dando visibilidade a esse material (EJS Advogadas, 2018).

O juiz Jorge Novelle deferiu tutela antecipada para que o réu Facebook fosse intimado, entre outras coisas, a: a) retirar, em 24 horas, todas as publicações, *posts* e vídeos dos links apontados na petição inicial; b) informar se os perfis de Luciano Ayan, Luciano Henrique Ayan, responsáveis pelas postagens na página Ceticismo Político, e o Movimento Brasil Livre patrocinaram os *posts* indicados na petição ou qualquer outro que afrontara Marielle Franco (Rio de Janeiro, 2018).

No dia 24 de março, Luciano Henrique Ayan divulgou sua verdadeira identidade por meio de uma Carta Aberta no site Ceticismo Político. Seu nome é Carlos Augusto Moraes Afonso, e ele relata que há 13 anos estuda “métodos relacionados à dinâmica política” e que, em 2011, começou a “desenvolver um método para a guerra política”, “ajudando muita gente a rebater com mais assertividade as narrativas da esquerda” (Ceticismo Político, 2018).

Uma reportagem do jornal *Nexo* expôs a trajetória do MBL e sua ligação com o Ceticismo Político. A reportagem aponta que o “grupo político criado em novembro de 2014 por cinco jovens críticos ao governo da então presidente Dilma Rousseff (PT)” é defensor de “uma agenda liberal na economia, com menos participação do Estado, e conservadora nos costumes, como no combate a políticas de cotas raciais e a pautas do movimento LGBT”. Também relata que Carlos Augusto Moraes Afonso, dono do Ceticismo Político, é sócio de Pedro D’Eyrot, membro do MBL, na empresa Yey Inteligência Ltda (Flores, 2018, on-line).

### 3.1 Páginas que espalharam fake news

A partir do material sistematizado pelo EJS Advogadas, foram encontradas oito *fanpages* mais recorrentes nas denúncias recebidas pelo referido escritório de advocacia e sete imagens divulgadas por essas páginas, que foram removidas da rede social por conta da ação judicial contra o Facebook.

As páginas<sup>1</sup> continham conteúdo diverso e todas fizeram circular *fake news* sobre Marielle Franco. São elas: a) *Operacionais*, que, em julho de 2018, possuía 1,8 milhão de seguidores. Tinha em sua descrição a frase “página feita por policiais para a polícia!” e muitas postagens contrárias aos direitos humanos; b) *Direita Já – Bolsonaro 2018*, que desde a sua criação divulga e repercute algumas agendas e posições políticas do presidente Jair Bolsonaro e durante o período eleitoral de 2018 fez campanha para ele; c) *Endireitando a Verdade*, que, em sua própria descrição, indicava que estaria “Desvelando a mística que paira sobre a verdade de torturadores e torturados. Baseado naquilo que o seu professor de humanas usou pra enrolar um baseado”; d) *Olavo de Carvalho*, que foi criada em abril de 2011 e possuía mais de 423 mil seguidores, autodeclarando-se uma página para a “divulgação da política de

direita”; e) *Contraponto*, criada em 20 de abril de 2015 e vinculada ao blog <http://contrapontobg.blogspot.com/>, é um espaço de divulgação dos pensamentos de Olavo de Carvalho e Margaret Thatcher, política britânica que foi líder do Partido Conservador, e tem postagens simpáticas à política de Donald Trump; f) *Bolsonaro Opressor 2.0*, criada em 11 de outubro de 2016, página em que a ampla maioria das postagens era de exaltação a Jair Bolsonaro; g) *Anti-PT*, que expunha como missão “Extinguir o partido que É COMPROVADO o MAIS corruPTo, mentiroso e incomPTente da história do Brasil e do mundo”; h) *Movimento Curitiba Contra Corrupção*, cujo conteúdo compartilhado, é, em sua maior parte, contra Lula e o PT e em repúdio ao STF.

### 3.2 Apresentação das imagens sobre Marielle Franco

Como é possível perceber, as páginas contêm conteúdo diversificado, mas preservam, como marca recorrente, relação com ideologias à direita e com o pensamento conservador. Para este trabalho, foram escolhidas três das sete imagens que foram divulgadas pelas páginas supracitadas e que foram objeto da ação contra o Facebook.

Figura 1 – Imagens sobre Marielle Franco nas páginas de *fake news*



Fonte: EJS Advogadas (2018, p. 21-25).

A fim de compreender o interesse social do discurso empregado pelas oito páginas do Facebook, por meio das três imagens apresentadas no *corpus* desta pesquisa, vamos analisar os dados internos e externos das trocas

linguageiras, a partir das categorias apresentadas por Charaudeau (2018). Os dados externos tratam das condições extradiscursivas, da troca entre os sujeitos, falante e destinatário. São eles: condição de identidade, condição de finalidade, condição de propósito e condição de dispositivo. Os dados internos estão relacionados às características intradiscursivas. São eles: espaço de locução, espaço

<sup>1</sup> Todas as páginas, com endereços eletrônicos e datas de acesso, estão disponíveis nas referências.

de relação e tematização. A partir dos dados internos, buscamos compreender “o que o texto diz” e “como ele diz” e, por meio dos dados externos, buscamos saber “por que o texto diz o que ele diz”. Além disso, mediante a reflexão sobre os protagonistas do ato de linguagem, pretendemos entender “quem o texto faz falar” ou “quais sujeitos o texto faz falar”.

Em relação à condição de dispositivo, Charaudeau (2018) estabelece que todo ato de linguagem se realiza em um determinado ambiente físico que impõe restrições, por conta das circunstâncias materiais, para a realização desse ato. A partir da observação do *corpus*, entende-se que os atos de linguagem têm lugar na rede social Facebook, sendo as três imagens o “material” do dispositivo; as oito *fanpages*, a instância de produção; e os seus seguidores, a instância de recepção. O Facebook permite a interação entre perfis e entre *fanpages* e perfis. Nessa rede social, *fanpages* são páginas criadas para a comunicação com seus fãs. Elas são espaços que reúnem pessoas interessadas por um assunto, uma empresa, uma causa, uma personalidade, etc. Para receber as atualizações de uma *fanpage*, o usuário possuidor de um perfil deve manifestar essa vontade curtindo e seguindo a página, tornando-se, assim, na linguagem do Facebook, seu fã.

Em relação à condição de identidade, Charaudeau (2018) define que todo ato de comunicação é fruto da relação entre a instância de produção e a de recepção<sup>2</sup> e que a relação entre essas instâncias está baseada na convergência de traços psicológicos e sociais dos sujeitos do ato de linguagem. A análise das páginas destacadas no *corpus* evidencia que elas sustentam posições políticas de extrema-direita e de direita, divulgam conteúdo contra a esquerda e suas postagens propagam posições reacionárias e conservadoras. Em diversos momentos, contra LGBTs, feministas e contra os direitos humanos.

Por se tratar de *fanpages* e de seus seguidores, entende-se que não é o primeiro contato entre os parceiros e aponta-se para a existência de uma relação anterior. Essa conexão também demonstra a relevância que a instância produtora tem para a instância receptora. A partir da análise, também é possível concluir que a relação entre elas está baseada na partilha da mesma visão de mundo, do mesmo sistema de crenças e valores. Trata-se, portanto, de sujeitos inseridos na mesma comunidade sociocultural, que compartilham o mesmo universo de referência e têm motivações em comum.

Com a apreciação das três imagens, podemos averiguar algumas restrições impostas pela condição de dispositivo. Trata-se de um contrato que, pelo menos no primeiro momento, não permite troca entre os parceiros. Isso implica uma situação monolocutiva, na qual o sujeito

falante é o “iniciador do espaço de locução” (Charaudeau, 2004). Nessa situação, o sujeito falante é uma espécie de expoente de uma comunidade sociocultural e, portanto, tem legitimidade para a “tomada da palavra” (Charaudeau, 2018). Age dessa forma com vistas a implicar o sujeito receptor e fazer com que ele reaja.

Quanto ao espaço de relação, em uma situação monolocutiva, o sujeito receptor não está presente fisicamente e não pode participar ao mesmo tempo da enunciação. Portanto, para Charaudeau (2004), a luta discursiva só pode ser feita por simulação, antecipando ou imaginando as reações-objeções do outro. Sendo assim, o sujeito falante precisa organizar o que vai dizer, considerando a sua própria identidade e a do outro, para incluí-lo em seu território de pensamento, a fim de influenciá-lo.

Em relação à condição de propósito, percebe-se que o tema central é o assassinato de Marielle Franco. No entanto, para Charaudeau (2018), o propósito refere-se ao recorte feito sobre o tema, a posição sobre ele. Portanto, compreende-se que o propósito é o assassinato de Marielle Franco enquanto um acontecimento, como uma visão social do mundo. O acontecimento é sempre construído: “sua significação depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra em um sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível” (Charaudeau, 2018, p. 95).

Henn (2014), considerando as especificidades do ambiente digital, identificou um modo de acontecer típico desse espaço, que resulta no que chamou de ciberacontecimento: acontecimentos cuja processualidade se dá, em *continuum*, em redes sociais digitais e cuja dimensão oscila, a depender dos agentes que os significam. São acontecimentos que dependem umbilicalmente dessas redes para existir, porque o processo de atribuição de sentidos a eles se concretiza em dispositivos nativodigitais, como são os próprios memes de internet.

No caso da execução de Marielle Franco, quando o acontecimento originário se dá fora da rede, é como dizer que as afetações que ele produz, para além da sua imanência, acabam por ser determinadas pelo acontecer em rede, em uma espécie de adaptação do movimento que levou França (2012) a conceber a ideia de “segunda vida do acontecimento”, nesse caso, relacionada ao ambiente digital, e não à mídia convencional, objeto da autora.

Mais tarde, Oliveira, Osório e Henn (2019) dedicaram-se à anatomia do ciberacontecimento, possibilitando perfazê-la para a compreensão dos sentidos que denota. A partir da manifestação do conceito de ciberacontecimento *breaking news*<sup>3</sup> – condição que poderia ser atribuída a

<sup>2</sup> Nos estudos de comunicação contemporâneos, essas fronteiras têm sido tensionadas por conta do ambiente digital.

<sup>3</sup> À expressão *breaking news* Osório (2018) atribui uma intensificação da relação entre as categorias substantivas dos valores-notícia oriunda dos níveis de extraordinariedade dos acontecimentos. Considerando a capacidade de impor o determinismo jornalístico aos fenômenos como uma das características que mais distinguem

assassinato de Marielle –, apontam sua existência simultânea nos estados virtual e atual. É “uma projeção de todas as relações possíveis entre agentes, objetos e instituições” (Bastos *et al.*, 2014, p. 585).

As associações de sentido, nesse contexto, variam: quanto mais em menos tempo, maior o ritmo de crescimento. E a heterogeneidade, tanto da rede em potencial quanto em processo de atualização, é o que determina a velocidade – em um raciocínio que ajuda, inclusive, a compreender as oscilações de atenção ao acontecimento em tela desde a sua manifestação inicial, com a *breaking news* que informou o assassinato. Decorre daí a definição dessa anatomia a partir do conceito de rizoma, que Oliveira, Osório e Henn (2019) chamam de metáfora para a impossibilidade de ordenação da existência, com lastro em Deleuze e Guattari (2011, p. 22): “qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro”, o que chama a atenção para o seu caráter heterogêneo, já que “cadeias semióticas de toda natureza são aí conectadas a modos de codificação muito diversos” (Deleuze e Guattari, 2011, p. 22).

Ao convidar Charaudeau (2018) novamente ao diálogo, cumpre destacar que esses processos se desenvolvem no espaço de tematização, no qual o locutor elege o tema, problematiza e toma posição. A partir da análise das imagens, identifica-se que o sujeito falante adota o Acontecimento Comentado (AC) como modo discursivo. Para o autor, o comentário é uma forma de acionar a participação do leitor, exigir “um trabalho de raciocínio e uma tomada de posição...” (Charaudeau, 2018 p. 176). E pela argumentação “procura revelar o que não se vê, o que é latente e constitui o motor (causas, motivos e intenções) do processo evenemencial do mundo” (Charaudeau, 2018, p. 176).

Observando-se as três imagens selecionadas, percebe-se que os modos discursivos organizados por Charaudeau são adaptados para se aproximar da linguagem da internet. O sujeito falante, embora se apoie nos modos de organização de discurso descritivo e narrativo, usa a mecânica argumentativa como a principal estratégia de enunciação do discurso. Por conta das condições impostas pelo dispositivo, o sujeito falante precisa fazer isso de forma simplificada, usando poucas palavras e imagens fixas. Mas isso não diminui o potencial retórico persuasivo das peças, conforme veremos na análise das imagens.

Após o assassinato, estava se fortalecendo na sociedade a imagem de Marielle Franco como uma heroína. Para se contrapor a essa tese, na Figura 1, a imagem à esquerda mostra Marielle beijando outra mulher e a palavra gay

---

o fazer profissional, parte do pressuposto de que, atualmente, tal habilidade possui contornos intrincados; sua prática é suscetível a influências de um ecossistema midiático complexo, em rede, descentralizado, acelerado, fluido e marcado pela multiplicação do número de atores capazes de construir a realidade.

para expor que a vereadora assassinada era homossexual. Também se afirma que ela defendia o tráfico e combatia a segurança pública, colocando-a em posição condescendente com um dos principais problemas do Rio de Janeiro e do Brasil: a violência. Além disso, é qualificada como empoderada, a fim de vincular Marielle aos movimentos feministas, que usam esse termo de forma recorrente. Na parte inferior da peça, aparece a pergunta “Heroína da Paz?”. Essa interpelação explícita evidencia a problematização característica da mecânica argumentativa. É uma forma direta de chamar o destinatário a tomar posição. O enunciador, após expor a conduta de Marielle, no intuito de fazer o destinatário confrontar-se com o imaginário de referência de comportamento construído no grupo socio-cultural (ao qual pertencem enunciador e destinatário), provoca-o a apreciar o comportamento de Marielle Franco sob o aspecto ético (se é do bem ou do mal) e o interpela como se dissesse: como uma pessoa com essas características e esse comportamento pode ser heroína da paz? Busca, assim, a adesão do destinatário ao seu posicionamento, contrário à imagem de heroína.

Na imagem que está ao centro, a interpelação também é feita de forma explícita. Apoiando-se na lógica narrativa, o enunciador apresenta uma sucessão de “fatos” sobre Marielle. Entre outras coisas, ele afirma que ela foi mulher de um traficante famoso, que foi eleita vereadora por conta da sua associação com o Comando Vermelho, uma das maiores organizações criminosas do Brasil, e que estava envolvida em disputa de facções. Notam-se elementos subjetivos de racismo ao condicionar a eleição da vereadora negra ao crime organizado. Dessa forma, o sujeito falante tenta mostrar o que estava oculto e que pode constituir as razões do assassinato. Constrói assim, de forma dedutiva, uma relação de causa e consequência entre os fatos e o assassinato. As afirmações de que Marielle teria engravidado aos 16 anos e de que ela era usuária de maconha contribuem para julgamento ético. Dessa forma, o enunciador coloca-se em posição contrária à da tese de que foi a polícia quem matou Marielle, problematiza essa posição e fornece elementos para persuadir o sujeito destinatário a compartilhar da sua posição.

Na imagem à direita, não existe interpelação explícita do enunciador. O sujeito falante evoca um saber coletivo baseado no sistema de valores de grupos contrários aos direitos humanos. Trata-se da ideia de que as pessoas que cometem algum tipo de crime não merecem ter nenhum tipo de direito preservado. Para esses grupos, os defensores dos direitos humanos protegem os bandidos. É a partir dessa apreciação subjetiva que o enunciador imprime seu ponto de vista e intima o destinatário. Para Charaudeau (2018), mesmo que não seja feita de forma explícita, toda informação a respeito de uma crença funciona como interpelação, pois incita o outro a tomar posição sobre o que está proposto. Provoca-o a avaliar, quanto à

sua legitimidade, e a apreciar, quanto às suas regras de vida. Nesse caso, o enunciador pretende estabelecer uma relação de cumplicidade com o destinatário para que ele compartilhe do mesmo ponto de vista.

Por fim, sobre a condição de finalidade, Charaudeau (2018) explica que os atos de linguagem são ordenados em função de um objetivo, sendo este definido pela intencionalidade psicossociodiscursiva do sujeito falante, sua expectativa de sentido ou efeito visado. Verifica-se que a intenção do enunciador é construir um certo saber a respeito dos acontecimentos, mobilizando a afetividade do público-alvo para significar (ou ressignificar) o assassinato de Marielle Franco, desconstruir a imagem de heroína e construir/influenciar a opinião pública.

No entanto, Charaudeau (2018) destaca que nem sempre o efeito visado pela instância de enunciação é o efeito produzido na instância de interpretação, pois a instância de produção organiza o discurso em função de como ela imagina a instância receptora e esta o reinterpreta à sua maneira. Nessa situação, o efeito visado pelo sujeito falante se alinha ao efeito produzido pelo sujeito destinatário por conta da cointencionalidade existente, assegurada pelo contrato de comunicação. Para o autor, é esse contrato que “gera um *espaço público* de informação e é em seu próprio quadro que se constrói a *opinião pública*” (Charaudeau, 2018, p. 115, grifos do autor).

Para identificar o sujeito enunciador, Patrick Charaudeau (2016) sugere que, em vez de se perguntar “quem fala”, deve-se procurar responder “quem o texto faz falar”. Charaudeau (2018) define que o enunciador não é um ser abstrato, descolado de uma realidade social determinada. Ele se orienta em circunstâncias materiais específicas e se define por uma identidade psicossocial particular. Portanto, sua intencionalidade é socialmente condicionada. No mesmo sentido, Marcia Benetti (2008, p. 16), apoiada nos conceitos de Maingueneau, ressalta que “pode-se analisar uma sociedade pelos discursos que produz, pois o que emerge na materialidade do texto origina-se de sujeitos posicionados em um tempo e um lugar condicionados social e historicamente”.

Sendo assim, é possível afirmar que a troca linguageira se efetiva, pois trata-se de sujeitos conscientes do contexto sócio-histórico ao qual pertencem e que estão inseridos em um mesmo grupo social. E que essa troca produz um discurso que dá voz ao conservadorismo brasileiro e serve, ao mesmo tempo, para gerar visibilidade e fortalecer a identidade coletiva desse grupo.

#### 4. Considerações finais

Diante do exposto até aqui, constata-se que o ambiente de pós-verdade, no qual o discurso emocional, que apela às crenças, é mais proeminente do que fatos concretos, é

um espaço profícuo para a produção de desinformação e que o Brasil de 2018 reunia características atrativas para o assentamento da pós-verdade. O assassinato de Marielle Franco foi um dos eventos que tomaram espaço nas ruas, nas redes e no Parlamento, que têm como marca a disputa ideológica acirrada e que são, ao mesmo tempo, causa e consequência da polarização da sociedade.

O sociólogo Andrey Cordeiro Ferreira (2018) sustenta que, em resposta às Jornadas de Junho de 2013, surgiram na política nacional duas grandes tendências. De um lado, a tentativa de revitalização e defesa do lulopetismo; do outro, uma ofensiva neoliberal e neoconservadora, a partir da luta contra a corrupção, inicialmente organizada por grupos como Vem pra Rua e Movimento Brasil Livre (MBL) e por partidos da direita tradicional, como o PSDB. Outros eventos que demonstraram a polarização acirrada foram as eleições presidenciais de 2014, a onda de protestos de 2015 e 2016, o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, finalizado em agosto de 2016, e a disputa em torno da *Queermuseu*, em 2017.

Uma das marcas da polarização social e da ofensiva neoliberal e neoconservadora na internet, especialmente no Facebook, foi a criação e a articulação de inúmeras *fanpages* e perfis para divulgar posições políticas, disputar narrativas, difundir suas pautas e mobilizar a sua base social. Parte dessas páginas foi criada a partir de perfis falsos e usa a estratégia da desinformação para incidir na opinião pública. Como pudemos observar, a ação movida contra o Facebook, em 2018, relativa à campanha de difamação de Marielle Franco, evidenciou um pouco desse processo, a partir de uma pequena amostragem.

Além do contexto sócio-histórico no qual se deu a campanha de difamação contra Marielle Franco, é necessário ressaltar que os fatos expostos na apresentação do caso apontam que foi o site Ceticismo Político o responsável pela publicação considerada fundamental para o processo de disseminação de notícias falsas. O mesmo texto também foi divulgado pela página do Movimento Brasil Livre (MBL). Após a publicação do Ceticismo Político, inúmeras páginas e perfis difundiram *fake news* sobre Marielle Franco. Poucos dias depois da grande repercussão da sua publicação, o proprietário do Ceticismo Político assumiu que estuda e desenvolve métodos para guerra política, ajudando a combater as narrativas da esquerda.

Como podemos observar, a análise do discurso empregado nas imagens, divulgadas pelas *fanpages*, permitiu constatar que o enunciador que ganha voz no texto é o conservadorismo brasileiro que objetivava significar (ou ressignificar) o assassinato de Marielle Franco utilizando-se de informações falsas e as confrontando com discursos de representações do pensamento conservador. Buscava, dessa forma, desconstruir a imagem (em formação) de heroína de Marielle, que possivelmente

fortaleceria a esquerda, e construir uma imagem, sob o prisma ético, associada ao mau comportamento.

O cruzamento dos eventos com a análise do *corpus* permitiu apurar que indivíduos e grupos organizados, de forma consciente, aproveitando-se do cenário de descrença generalizada e de polarização social e das características da sociedade em rede, fomentaram, por meio do expediente da desinformação, uma batalha política para disputar a narrativa sobre o assassinato de Marielle Franco. As páginas analisadas nesta pesquisa foram parte desse processo e espalharam *fake news* motivadas pela disputa ideológica.

Também é preciso expor por que as publicações obtiveram audiência e foram compartilhadas por perfis, em sua ampla maioria de pessoas comuns, no Facebook. Afirma-se que o discurso empregado na campanha de difamação de Marielle Franco ecoa em parte da sociedade por conta de seu caráter racista, LGBTfóbico e machista, com espaço para discursos de combate aos direitos humanos.

As *fake news* e toda a desinformação sobre Marielle foram estruturadas e difundidas com o objetivo de evocar esses preconceitos, atingir as crenças e mexer com os valores do público-alvo nesse contexto bem definido. Por sua vez, esse público, incitado emocionalmente, isolado em suas “bolhas” com pouca exposição ao contraditório e com “lado” na sociedade polarizada, “adere” ao discurso e o propaga como forma de reafirmar as suas convicções.

A partir desses aspectos podemos concluir que *fake news* e outros mecanismos de desinformação ganham força no contexto sociológico da era da pós-verdade e são usados como arma política para disputar narrativas e mobilizar a opinião pública. A campanha de difamação contra Marielle Franco faz parte de uma guerra política que se estabelece na esfera pública brasileira, pelo menos desde 2014, cuja tendência de momento é a ascensão do pensamento conservador.

## Referências

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. 2017. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, Nashville, 31(2):211-236, abr.
- ANTI-PT. Facebook: PartidoAntiPT. Disponível em: <https://www.facebook.com/PartidoAntiPT/>. Acesso em: 5 dez. 2018.
- AVENDAÑO, Tom C.; BETIM, Felipe. 2018. ‘Fake News’: a guerra informativa que já contamina as eleições no Brasil. *El País Brasil*, São Paulo, 11 fev. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/politica/1518209427\\_170599.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/politica/1518209427_170599.html). Acesso em: 25 set. 2018.
- BASTOS, M. T.; RECUERO, R.; ZAGO, G. 2014. Encontros e desencontros entre TAR e ARS: o laço fraco entre teoria e método. *Contemporânea*, Salvador, 12(3):576-594.
- BENETTI, Marcia. 2018. O jornalismo como gênero discursivo. *Revista Galáxia*, São Paulo, 15:13-28.
- BERGAMO, Mônica. 2018. Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é ‘cadáver comum’. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 16 mar. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2018/03/desembargadora-diz-que-marielle-estava-envolvida-com-bandidos-e-e-cadaver-comum.shtml?origin=folha>. Acesso em: 17 abr. 2018.
- BOLSONARO OPRESSOR 2.0. Facebook: bolsonaropressor2.0. Disponível em: <https://www.facebook.com/bolsonaropressor2.0/>. Acesso em: 2 nov. 2018.
- CARIELLO, Gabriel; GRILLO, Marco. 2018. Como ganhou corpo a onda de ‘fake news’ sobre Marielle Franco. *O Globo*, Rio de Janeiro, 23 mar. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/como-ganhou-corpo-onda-de-fake-news-sobre-marielle-franco-22518202>. Acesso em: 17 abr. 2018.
- CETICISMO POLÍTICO. 2018. *Carta aberta de Luciano Ayan aos leitores*. [S. l.], 24 mar. 2018. Disponível em: <https://www.ceticismopolitico.org/carta-aberta-de-luciano-ayan-aos-leitores/>. Acesso em: 27 abr. 2018.
- CHARAUDEAU, Patrick. 2018. *Discurso das mídias*. 2ª ed. São Paulo, Contexto, 286 p.
- CHARAUDEAU, Patrick. 2004. El discurso y las situaciones de interlocución. *Revista Oralía*, Almería, 7:35-57.
- CHARAUDEAU, Patrick. 2016. *Linguagem e discurso: modos de organização*. 2ª ed. São Paulo, Contexto, 256 p.
- CONTRAPONTO. Facebook: Contraponto-1581486635444108. Disponível em: <https://www.facebook.com/Contraponto-1581486635444108/>. Acesso em: 5 dez. 2018.
- D’ANCONA, Matthew. 2018. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. São Paulo, Faro Editorial, 144 p.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. 2011. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Tradução de Ana Lúcia de Oliveira e Lúcia Cláudia Leão. 2ª ed. São Paulo, Editora 34. vol. 2. (Coleção Trans).
- DIREITA JÁ. Facebook: direitajabolsonaro2018. Disponível em: <https://m.facebook.com/direitajabolsonaro2018>. Acesso em: 5 dez. 2018.
- EJS ADVOGADAS. 2018. *Ação cominatória com pedido de tutela provisória cumulada com ação indenizatória*. [Comarca do Rio de Janeiro]. Recorrentes: Anielle Silva dos Reis Barboza e Tereza Azeredo Benicio. Recorrido: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. Rio de Janeiro, 27 de março de 2018.
- ENDIREITANDO A VERDADE. Facebook: EndireitandoVerdade. Disponível em: <https://www.facebook.com/EndireitandoVerdade>. Acesso em: 2 nov. 2018.
- EUROPEAN COMMISSION. 2018. *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation*. Luxembourg, Publications Office of the European Union. Disponível em: <https://www.revistaforum.com.br/wp-content/uploads/2018/03/relatorio-fake-news-comissao-europeia-1.pdf>. Acesso em: 1º maio 2018.
- FERREIRA, Andrey C. 2018. Ecos de Junho: insurgências e crise política no Brasil (2013 – 2018). *Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo, 20 jun. 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/ecos-de-junho-insurgencias-e-crise-politica-no-brasil-2013-2018/>. Acesso em: 15 jan. 2019.
- FLORES, Paulo. 2018. MBL: do discurso anticorrupção à proximidade com as fake news. *Nexo*, São Paulo, 31 mar. 2018 [atualizado em 2 abr. 2018]. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2018/03/31/MBL-do-discurso-anticorrup%C3%A7%C3%A3o-%C3%A0-proximidade-com-as-fake-news>. Acesso em: 27 abr. 2018.

- FRANÇA, Vera R. 2012. O acontecimento e a mídia. *Revista Galáxia*, São Paulo, 12:1-12.
- HENN, Ronaldo C. 2014. *El ciberacontecimiento: producción y semiosis*. Barcelona, UOC. vol. 1.
- MOVIMENTO CURITIBA CONTRA CORRUPÇÃO. Facebook: movimentocuritibacontracorrupcao. Disponível em: <https://www.facebook.com/movimentocuritibacontracorrupcao/>. Acesso em: 5 dez. 2018.
- OLAVO DE CARVALHO. Facebook: noticiasepoliticas. Disponível em: <https://www.facebook.com/noticiasepoliticas/>. Acesso em: 17 jul. 2018.
- OLIVEIRA, F. M. de; OSORIO, M. C.; HENN, R. C. 2019. Agir cartográfico: proposta teórico-metodológica para compreensão e exercício do jornalismo em rede. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (Compós), 26. *Anais [...]*. Porto Alegre, 2019.
- OPERACIONAIS. Facebook: operacionais. Disponível em: <https://www.facebook.com/operacionais>. Acesso em: 2 nov. 2018.
- OSÓRIO, Moreno C. 2018. *O ciberacontecimiento breaking news: uma proposta teórico-metodológica para a compreensão de notícias urgentes*. São Leopoldo, RS. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), 215 p. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/7173?show=full>. Acesso em: 16 fev. 2019.
- PARISER, Eli. 2012. *O filtro bolha: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro, Zahar. E-book.
- POST-TRUTH. c2016. *Oxford Dictionaries*. Oxford, Oxford University Press, c2016. Disponível em: <https://www.oxforddictionaries.com/press/news/2016/>. Acesso em: 2 maio 2018.
- RIO DE JANEIRO. 2018. Tribunal de Justiça. Comarca do Rio de Janeiro. 15ª Vara Cível. *Decisão sobre o processo nº 0070926-71.2018.8.19.0001*. Autoras: Anielle Silva dos Reis Barboza e Tereza Azeredo Benicio. Réu: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda. Juiz: Jorge Jansen Counago Novelle. Rio de Janeiro, 28 de março de 2018.
- RODRIGUES, Mateus. 2018. Após divulgar *fake news* sobre Marielle, deputado Alberto Fraga suspende redes sociais. *G1*, Rio de Janeiro, 19 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/apos-divulgar-fake-news-sobre-marielle-deputado-alberto-fraga-suspende-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 17 abr. 2018.
- SUNSTEIN, Cass. 2001. *Echo chambers: Bush v. Gore, impeachment, and beyond*. New Jersey, Princeton University Press. 17 p.
- TANDOC JR., E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. 2017. Defining “fake news”. *Digital Journalism*, London, 6(2):1-17, ago.
- VICTOR, Fabio. 2017. Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 19 fev. 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>. Acesso em: 2 maio 2018.
- WARDLE, Claire. 2017. Notícias falsas. Es complicado. *El País*, Madrid, 17 mar. 2017. Disponível em: <https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado>. Acesso em: 17 abr. 2018.

Artigo submetido em 16-10-2019  
Aceito em 25-05-2020