



Isso é falso? - Limites entre a ficção e a vida diária em uma *fake news*

RODOLFO STANCKI

Jornalista (UniBrasil), Mestre em Ciências Sociais (UEPG), Doutor em Tecnologia (UTFPR)

No dia 13 de julho de 2020, um site chamado *Notícias de Direita* publicou uma matéria com o título “Aprovação do governo Bolsonaro bate recorde, diz Datafolha”. De acordo com o texto, a avaliação do presidente brasileiro como “ótimo” ou “bom” atingia, na ocasião, o índice de 64% (FAUSTINO, 2020).

A informação circulou por grupos de apoiadores do presidente em aplicativos como o WhatsApp e em redes sociais. Uma das funções desse compartilhamento era o uso como instrumento político, sustentando a popularidade do governante. A notícia afirmava que o instituto de pesquisa “teria ouvido 2.981 pessoas maiores de 16 anos em 212 municípios do país entre os dias 7 e 10 de julho. Além disso, a pesquisa teria sido publicada no site do jornal ‘Folha de São Paulo’” (*id*).

Um artigo do site de checagens de notícia *E-Farsas* demonstrou que a matéria era, na verdade, uma *fake news* (*id*). A pesquisa do instituto Datafolha mais recente até então afirmava que a taxa de aprovação do presidente Bolsonaro era de apenas 32% dos eleitores brasileiros (G1, 2020). Metade do que foi alegado pelo *Notícias de Direita*.

Mesmo assim, o conteúdo circulou como se fosse um fenômeno social do cotidiano. É possível afirmar que, para muitos leitores, a informação pudesse, inclusive, ganhar um sentido de verdade - apesar de ter sido inventado por alguém.

Uma *fake news* é uma informação falsa, que se apropria da forma como as notícias jornalísticas são produzidas para dar credibilidade a algum tipo de conteúdo. Não raro, são

postadas em sites que possuem uma aparência noticiosa para enganar o público (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017).

Esse tipo de material não é recente. Em 1835, um jornal de Nova York chamado *The Sun* criou uma série de notícias fictícias alegando que uma raça extraterrestre de homens-morcegos habitava a lua (GOODMAN, 2008). A informação posteriormente foi inteiramente desmentida pelo editor e pelo repórter que inicialmente criaram os supostos relatos jornalísticos.

Segundo Edson Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling (2017), serviços como o YouTube, o Twitter e o Facebook mudaram a forma com que o público passou a consumir informações noticiosas. Se antes o receptor era visto como passivo, nessa nova realidade ele virou uma figura fundamental no repasse de mensagens. Tais mídias sociais se tornaram uma parte importante do nosso processo de construção de cotidianidade (SHIRKY, 2011).

Para o historiador Michel de Certeau (1994), essa cotidianidade é um processo construído a partir das relações de sujeitos ordinários que dividem um determinado espaço social. Constitui-se como uma mediação, em que cada um tem autonomia para lidar com aquilo que é imposto pelo outro.

Nesse sentido, o cotidiano é sempre marcado por ações bastante concretas dos indivíduos e por suas relações com a materialidade do mundo. Não há espaço para fantasias e ficções na vida diária, que são restritas ao imaginário - faculdade humana descrita por Laplantine e Trindade, como uma capacidade de traduzir o exterior, ultrapassando livremente a representação intelectual e cognitiva do mundo (1996, p. 8).

É no imaginário que “pervertemos” o nosso cotidiano. Ali, criamos, antecipamos e desvirtuamos o que consideramos real. Há um espaço imaginal, no entanto, em que essa cotidianidade mistura-se com a fantasia, de onde surgem informações que circulam com aparência de verdade - apesar de serem fictícias. Trata-se da zona crepuscular (STANCKI, 2019).

Nessa área de indefinição do imaginário, o fantástico, o fictício e o cotidiano interagem. Às vezes, uma informação que mescla fatos da vida diária com a fantasia “escapam” da zona crepuscular e se materializam em formas de registros do cotidiano - como a narrativa jornalística, por exemplo (*id.*).

Com os usuários de redes sociais ocupando o papel de emissores, a maneira de se entender o que era uma notícia mudou (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017). Antes, o relato noticioso era entendido como uma forma de conhecimento produzida a partir de uma sociedade liberal e com foco nas singularidades do cotidiano (GENRO FILHO, 1987). Agora, tais singularidades poderiam ser muito mais expansivas e atingir o público com banalidades como um cantor famoso atravessando uma rua no Leblon (CANDELARIA, 2011).

Qualquer conteúdo do cotidiano capaz de render cliques e leituras se tornou atraente para os jornais. Quando os veículos não se responsabilizam por colocar tais informações na rede, os próprios usuários se encarregam disso.

Como agentes da produção e transmissão de conteúdo, as novas mídias acabaram revolucionando nosso cotidiano. Segundo Tandoc Jr., Lim e Ling, um veículo jornalístico tradicional pode publicar uma notícia com apuração e foco em fatos concretos, mas esse conteúdo chega às redes sociais com o mesmo impacto que outros textos produzidos por pessoas de fora do meio jornalístico. Isso porque, para os autores,

os usuários de mídias sociais precisam navegar por muitas informações compartilhadas por múltiplas fontes, que podem ser percebidas como um conjunto de camadas com vários níveis de proximidade com o leitor. Receber informações por fontes sociais mais próximas pode legitimar a veracidade da informação que é compartilhada pelas redes sociais. No entanto, usuários raramente verificam as informações que eles compartilham (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017, p. 3).

Se uma notícia falsa como a “Aprovação do governo Bolsonaro bate recorde, diz Datafolha”, publicada no *Notícias de Direita*, chega ao público por meio de uma fonte de informação confiável, como um parente que está sempre disponível para ajudar, é possível que o conteúdo se confunda como um registro da cotidianidade. Por mais que tenha surgido desse espaço de indefinição chamado zona crepuscular - a partir de uma interação entre o fictício e a concreto da vida diária.

Uma pesquisa publicada pela empresa de segurança digital Kaspersky (SOUSA, 2020) afirma que 63% dos brasileiros não sabem diferenciar uma *fake news* de uma notícia concreta do cotidiano. Esse tipo de conteúdo falso tem impacto nas disputas eleitorais, nas políticas públicas de saúde e nas decisões que os indivíduos tomam diariamente ao sair de casa.

O conceito de *fake news* ainda está em disputa de sentido, uma vez que, além de ser usado como sinônimo de informações distorcidas e/ou inventadas, também serviu “ao discurso de líderes autoritários em pelo menos 15 países. Na maioria das vezes, aparece imerso em discursos que buscavam limitar a liberdade de imprensa” (RESENDE, 2017). Ou seja, trata-se de uma expressão muito usada para desacreditar o trabalho da imprensa profissional e descrever falsas notícias com a aparência de informações jornalísticas.

Em 2017, o termo *fake news* foi escolhido como a palavra do ano pelo Dicionário Britânico Collins. O motivo para a seleção foi justamente o fato de o então presidente recém-eleito dos Estados Unidos usá-lo para desqualificar a imprensa que publicava notícias com denúncias e críticas no pleito de 2016. As menções à expressão aumentaram 365% no ano seguinte (BBC, 2017).

Enquanto uma *fake news*, o texto “Aprovação do governo Bolsonaro bate recorde, diz Datafolha”, do site *Notícias de Direita*, usa uma forma efetiva de uma notícia jornalística. De acordo com o portal E-Farsas, o conteúdo era “basicamente uma cópia (com alguns pontos modificados)” de uma notícia publicada pelo jornal *O Tempo*, em 12 de dezembro de 2008. “Naquela ocasião, a pesquisa era sobre uma a aprovação do governo do então presidente Lula, que por sua vez havia batido recorde” (FAUSTINO, 2020).

Ao ser publicado e divulgado entre apoiadores do presidente Jair Bolsonaro, a *fake news* cria uma narrativa de cotidianidade diferente da que circula na sociedade. Logo, reforça a desconfiança dessa parcela do público com a imprensa tradicional. É possível confundi-la com um relato do cotidiano, pois há informações da vida diária - como dados sobre o presidente, citações ao Datafolha e descrições da metodologia aplicada pelo instituto de pesquisa. O resultado do texto, no entanto, é uma ficção.

Como se fosse uma narrativa de um episódio da série *Além da Imaginação*¹, as *fake news* geram desconfiança e hesitação (STANCKI, 2019). Parecem histórias possíveis, afinal

¹ A série *Além da Imaginação* foi criada pelo roteirista Rod Serling em 1959, com o princípio de que suas histórias se passavam em uma área chamada zona crepuscular, onde pessoas ordinárias do mundo cotidiano se descobrem diante de uma circunstância fantástica. O termo foi apropriado para designar essa área cinzenta que dá origem a uma imagem ou relato fictício que se confunde com a realidade por conta de sua circulação (STANCKI, 2019).

foram geradas nessa zona crepuscular do imaginário em que não faltam possibilidades de criação.

As notícias falsas lidam com algum tipo de factualidade, que pode ser distorcida, descontextualizada e/ou inventada nas redes sociais (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017). Ao nos depararmos com um texto como o do site *Notícias de Direita*, precisamos interpretá-los com cuidado, para evitar que essas informações inverídicas afetem nossos cotidianos. Sem o mesmo compromisso de um jornal profissional em ser uma forma de representação do dia a dia, as *fake news* podem prejudicar as relações da cotidianidade - interferindo no tipo de remédio que tomamos e se usamos ou não máscaras durante uma pandemia.

Em alguma medida, o debate levanta um alerta para que tenhamos atenção com o que compartilhamos nas redes sociais. Imagens e textos que consumimos de fontes que desconhecemos, devem ser checadas antes de serem repassadas para frente. O único problema é que, como vimos, esse ainda não é um hábito muito comum entre os brasileiros (DAYRELL; RIGA; RAMOS, s/d).

Quando 63% dos brasileiros correm o risco de entender um relato inventado ou distorcido como se fosse uma informação da vida diária, estamos diante de uma sociedade que não sabe mais distinguir fatos do cotidiano da ficção. É como se estivéssemos todos vivendo dentro dessa *zona crepuscular*, onde os limites entre o fantástico e a vida diária se confundem.

REFERÊNCIAS

“FAKE NEWS” É ELEITA PALAVRA DO ANO E GANHARÁ MENÇÃO EM DICIONÁRIO BRITÂNICO. In: **BBC**, dia 2 de novembro de 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>>. Acesso em 22 de setembro de 2019.

CANDELARIA, Fausto. Caetano estaciona carro no Leblon nesta quinta-feira. In: **Terra**, dia 10 de março de 2011. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/gente/caetano-estaciona-carro-no-leblon-nesta-quinta-feira,41d3399ae915a310VgnCLD200000bbcecb0aRCRD.html>>. Acesso em 18 de setembro de 2019.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

DAYRELL, Marina; RIGA, Matheus; RAMOS, Pedro. Senso crítico é arma para combater “fake news”. In: **Estadão**, s/d. Disponível em: <<https://infograficos.estadao.com.br/focas/politico-em-construcao/materia/senso-critico-e-arma-para-combater-fake-news>>. Acesso em 22 de setembro de 2019.

FAUSTINO, Marco. Datafolha mostrou que a aprovação do presidente Jair Bolsonaro bateu recorde?. In: **E-Farsas**, dia 15 de julho de 2020. Disponível em: <<https://www.e-farsas.com/datafolha-mostrou-que-a-aprovacao-do-presidente-jair-bolsonaro-bateu-recorde.html>>. Acesso em 18 de julho de 2020.

“BOLSONARO TEM REPROVAÇÃO DE 44% E APROVAÇÃO DE 32%, DIZ DATAFOLHA. IN: **G1**, DIA 26 DE JUNHO DE 2020”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/26/bolsonaro-tem-reprovacao-de-44percent-e-aprovacao-de-32percent-diz-datafolha.ghtml>>. Acesso em 18 de julho de 2020.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.

GOODMAN, Mathew. **The Sun and the moon: the remarkable true account of hoaxers, showmen, dueling journalists, and lunar man-bats in nineteenth-century**. New York: Basic Books, 2008.

LAPLANTINE, Francois; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1996 [online].

RESENDE, Leandro. ‘Fake news’: usar ou não usar esta expressão?. In: **Agência Lupa**, dia 23 de dezembro de 2017. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/12/23/fake-news-dizer-ou-nao-dizer/>>. Acesso em 22 de setembro de 2019.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SOUSA, Diego. 62% dos brasileiros não sabem reconhecer fake news, diz pesquisa. In: **Canal Tech**, 13 de fevereiro de 2020. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/seguranca/brasileiros-nao-sabem-reconhecer-fake-news-diz-pesquisa-160415/>> Acesso em 20 de julho de 2020.

STANCKI, Rodolfo. **A Zona Crepuscular: imagens jornalísticas do fantástico no cotidiano**. Curitiba: Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2019 [tese].

TANDOC JR., E.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. In: **Digital Journalism**, 5 (7): 1-17. 2017.