



Universidade de Brasília
Instituto de Ciência Política

Sabrina Bomtempo Rodrigues

Fake News:

O impacto das notícias falsas na campanha de Marina Silva em 2018

Brasília

2017

Universidade de Brasília
Instituto de Ciência Política
Sabrina Bomtempo Rodrigues

Fake News

O impacto das notícias falsas na campanha de Marina Silva em 2018

Monografia apresentada junto ao Curso de Ciência Política da Universidade de Brasília, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Professor Leandro Rodrigues

Parecerista: Professor Paulo Nascimento

Brasília

2017

Agradecimentos

À minha mãe, que é o meu exemplo, que me apoiou quando me mudei pra Brasília e que sempre esteve ao meu lado em todas as decisões que tomei ao longo da minha vida e me guiou no caminho do bem.

Ao meu irmão, que ilumina a minha vida e transborda meu coração de amor, com a destreza que apenas uma criança possui.

À minha avó, que sempre me esteve ao meu lado e me protegeu.

Ao meu padrasto, por ser um pai.

À Mayara Araújo, por sempre estar comigo, por sempre me ajudar, me apoiar e me fazer sorrir.

Às amigas e amigos que eu fiz na UnB e que me acolheram quando cheguei em Brasília e ao longo da trajetória acadêmica.

Ao meu amigo e orientador, Leandro Rodrigues, que me permitiu ser sua monitora, orientanda e amiga. Obrigada por todos os conselhos ao longo dessa trajetória.

Ao Lucas Brandão, por ter me dado a oportunidade de participar de uma campanha presidencial, por ser um exemplo de homem, um excelente chefe e um grande amigo.

Às minhas amigas e amigos de campanha, que caminharam ao meu lado na luta por um Brasil “economicamente próspero, politicamente democrático, socialmente justo e ambientalmente sustentável”.

À Marina Silva, por ser um exemplo de força, persistência, superação e uma grande inspiração.

Resumo

As *Fake News* são um fenômeno que afeta diretamente o cotidiano dos atores políticos do Brasil. Nas eleições de 2018, as mídias digitais foram utilizadas como espaço para proliferação de mentiras, deliberadamente elaboradas para prejudicar os oponentes. Marina Silva, que concorreu à Presidência da República pela terceira vez consecutiva, foi alvo de mentiras tanto em 2018 quanto em 2014. Essas Fakes impactaram o seu desempenho eleitoral e ajudaram a sua derrota nas urnas. O controle de Fake News na internet é um trabalho árduo e que as autoridades ainda não encontraram uma forma de fazê-lo com eficácia.

Palavras-chaves: Fake News, Marina Silva, Eleições 2018

Abstract

Fake News is a phenomenon that directly affects the daily lives of Brazil's political actors. In the 2018 elections, digital media were used as a space for the proliferation of lies, deliberately designed to harm opponents. Marina Silva, who ran for the third time in a row, was lied to both 2018 and 2014. These Fakes impacted her electoral performance and helped her defeat the polls. Controlling Fake News on the internet is a hard work and authorities haven't find a way to do it effectively.

Keywords: Fake News, Marina Silva, Eleições 2018

Sumário

Introdução	7
Capítulo 1 - Bibliografia de Marina Silva	8
Capítulo 2 - Eleições de 2014: <i>Fake News</i> sobre Marina Silva	10
2.1 - Marina vai acabar com o Bolsa Família	12
2.2 - Marina é financiada pelo Itaú	13
2.3 - Marina vai governar para os banqueiros	14
2.4 - Vai acabar com o pré sal	14
2.5 - Marido de Marina é ladrão de madeiraira	14
Capítulo 3 - Eleições de 2018: <i>Fake News</i> sobre Marina Silva	15
3.1 - Marina não se manifestou sobre Mariana	15
3.2 - Marina é a favor do aborto	15
3.3 - Marina está na Lava-Jato	16
3.4 - Marina sumiu após 2014	16
3.5 - Fakes de 2014 que continuaram em 2018	17
Capítulo 4 - Mídias sociais e Fake News	17
Capítulo 5 - Marina de Verdade	20
Capítulo 6 - Impacto das Fake News na campanha de Marina Silva em 2018 ..	23
Capítulo 7 - Combate às <i>Fake News</i>: Como os eleitores de Marina acreditam que as <i>Fake News</i> podem ser combatidas	25
Capítulo 8 - O combate às <i>Fake News</i> no Brasil	28
Considerações Finais	30
Referências bibliográficas	32

Introdução

Em 2018, o acesso a internet é mais fácil do que há 10 anos atrás. Essa ampliação de acesso a ferramentas digitais proporcionou que um grande aumento dos veículos de informações. As notícias chegam ao cidadão de uma maneira muito mais rápida do que em qualquer outra época da história escrita da sociedade.

Um smartphone, um tablet ou um computador são aparelhos que o brasileiro consegue acessar com facilidade. Estima-se que 70,5% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet (IBGE - Dados PNAD - 2017). Ademais, a maioria dos brasileiros afirma acessar a internet preferencialmente pelo celular.

Com isso, a proliferação de notícias falsas, as chamadas *Fake News*, tornaram-se um grande problema que afetou diretamente as eleições. Com um volume grande de informação e vivendo um período em que o cidadão anseia por adquirir o máximo de conhecimento no menor tempo possível, o cidadão comum não costuma verificar a fonte da notícia que lhe é repassada. Essa pressa abriu uma janela para que a indústria difamatória ganhar espaço e as *Fake News* penetrarem todas as mídias digitais.

É importante observar que as notícias falsas não são uma exclusividade dessas eleições. A tática de espalhar mentiras sobre um oponente, a fim de conseguir vantagem, é antiga e não podemos datar quando começou.

Jamais alguém pôs em dúvida que verdade e política não se dão muito bem uma com a outra, e até hoje ninguém, que eu saiba, incluiu entre as virtudes políticas a sinceridade. Sempre se consideraram as mentiras como ferramentas necessárias e justificáveis ao ofício não só do político ou do demagogo, como também do estadista. (ARENDR, 2001, p. 283).

No entanto, devido ao uso da internet nos últimos anos, as *Fake News* adquiriram um potencial de público superior a qualquer outro período anterior.

Assim, muitos candidatos foram afetados pela disseminação de *Fake News*. Trataremos sobre uma candidata em especial, Marina Silva, candidata a presidência do Brasil em 2018. Porém, é válido destacar que as *Fake News* de Marina Silva não foram exclusividade da campanha de 2018, na sua candidatura anterior, 2014, ela

sofreu com esse problema também e muitas *Fake News* antigas permaneceram entre uma candidatura e outra.

Os dados desta monografia são baseados em reportagens, estudos, artigos e na experiência pessoal da autora, que integrou a equipe de Marina Silva na campanha de 2018.

Capítulo 1 - Bibliografia de Marina Silva

Maria Osmarina Marina Silva Vaz de Lima, Marina Silva, nasceu em 8 de fevereiro de 1958, no Seringal Bagaço, município de Rio Branco, no Acre. Teve 11 irmãos, mas três deles morreram na infância. Marina perdeu a mãe quando tinha apenas 15 anos. Quando criança trabalhava retirando seringa para ajudar a família. Aos 16 anos Marina contraiu hepatite e se mudou sozinha para a capital do Acre, Rio Branco em busca de tratamento médico. Trabalhou como empregada doméstica e passou a frequentar o Mobral, onde aprendeu a ler e escrever. Nessa época ela desejava se tornar freira e entrou para o convento em seguida. Dentro do convento, Marina começou a participar das atividades das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e decidiu fazer um curso de liderança sindical rural, ministrado pelo teólogo Clodovis Boff e pelo líder seringueiro Chico Mendes. Sua dedicação ao curso a aproximou de Chico Mendes, que passou a lhe enviar publicações de sindicatos dos trabalhadores rurais. Foi nesse momento que Marina compreendeu que a sua fé *“não era para ficar encerrada em quatro paredes”*.

Após o Mobral, Marina fez o supletivo de primeiro e segundo grau e entrou para o curso de história na Universidade Federal do Acre (UFC). Marina também passou a atuar em movimentos sociais e sindicais. Em 1984, ajudou a fundar a CUT (Central Única dos Trabalhadores) no Acre. O líder seringueiro, Chico Mendes, foi o primeiro coordenador da entidade e Marina, a vice-coordenadora.

Em 1988 foi eleita vereadora, a mais votada de Rio Branco. Durante seu mandato devolveu o dinheiro de gratificações e outras mordomias. Além disso, divulgou nos jornais o valor de seus vencimentos como Vereadora, o que permitiu que, pela primeira vez, a população soubesse qual era o salário de um Vereador e, por dedução percentual, qual era o salário de um Deputado Estadual. Em 1990 foi

eleita deputada estadual, novamente com votação recorde. Em 1994, foi eleita a senadora mais jovem da história da República, com 35 anos e foi reeleita em 2002.

Marina foi convidada para ser ministra do Meio Ambiente em 2003, a pedido do então presidente, Luiz Inácio Lula da Silva (Lula). Frente a pasta, Marina lutou para mudar as políticas ambientais do Brasil, a fim de proteger o meio ambiente. Foi durante seu período como ministra que Marina chegou a ser colocada pelo jornal britânico, “The Guardian” como uma das 50 pessoas capazes de salvar o planeta.

Em maio de 2008, Marina pediu demissão do ministério e, em carta ao presidente Lula, escreveu: *“Esta difícil decisão, Sr. Presidente, decorre das dificuldades que tenho enfrentado há algum tempo para dar prosseguimento à agenda ambiental federal”* (SILVA, Marina; 2008). Nesse momento, ela retornou para o Senado Federal, onde ainda possuía 2 anos de mandato.

Em 2010, Marina se candidatou pela primeira vez a presidência da república, pelo Partido Verde (PV). Seu vice era o empresário Guilherme Leal. O pouco tempo de TV foi uma das maiores dificuldades da candidata nesta primeira disputa e ela apostou nas mídias digitais para fazer sua campanha. No final, Marina conseguiu quase 20% dos votos válidos (19,6 milhões), tornando-se o terceiro lugar mais bem votado desde a redemocratização do país (1988).

Em 2014, Marina entrou na disputa pela presidência como Vice na chapa do PSB, tendo Eduardo Campos na cabeça da chapa. Um trágico acidente de avião durante a campanha matou Eduardo Campos e Marina assumiu a cabeça da chapa. Nessa campanha Marina sofreu inúmeros ataques dos adversários, que temiam a vitória de Marina Silva. Foram espalhadas diversas *Fake News* sobre a candidata. No final, ela ficou novamente em terceiro lugar, dessa vez com 22 milhões de votos.

Marina estava tentando fundar a Rede Sustentabilidade (REDE) desde 2013, tendo seu pedido negado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Em setembro de 2015, o TSE aceitou o registro da REDE por unanimidade. Durante os primeiros anos de atuação do partido, enquanto Marina era porta-voz nacional, a REDE ajudou a cassar o mandato de vários políticos como Eduardo Cunha (MDB), Paulo Maluf (PP), Delcídio do Amaral (PT), Aécio Neves (PSDB) e outros. Em 2017, a

REDE foi apontada como o partido que mais atua no combate a corrupção no Brasil, pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Além da vida pública, Marina também é professora universitária e dá palestras em diversas universidades no Brasil e no exterior.

Capítulo 2 - O que são Fake News?

Fake News ou, na tradução literal, notícias falsas, nada mais se trata do que contar fatos que não são verídicos. Elas são produzidas deliberadamente para causar algum efeito, negativo ou positivo. (NASCIMENTO, 2018, p.4). Mas quando foi que as *Fake News* tornaram-se um objeto de estudo das Ciências Sociais?

Mentiras são contadas a milhares de anos, inventar um boato, “plantar” uma mentira, sobre algo ou alguém é uma prática antiga, utilizada inclusive em guerras, para gerar pânico ou afugentar um inimigo. (NASCIMENTO, 2018, p.5)

Calúnia é crime. Segundo o Artigo 138 do Código Penal Brasileiro: “*Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime: Pena - detenção, de seis meses a dois anos, e multa*”. Parece fácil, se alguém inventar uma mentira sobre você basta processar a pessoa e, caso prove a calúnia, ela pagará pelo crime. Porém, as *Fake News* ocorrem, de forma majoritária, no “mundo virtual” e impacta diretamente no controle sobre elas.

É necessário perceber a expansão da internet e todo o impacto que esta revolução tecnológica teve sobre a vida das pessoas e sobre os meios de comunicação. Quando, no início dos anos 2000 a internet se popularizou e camadas mais baixas da sociedade passaram a ter acesso a esse aparato tecnológico, a população passou a ocupar esse espaço para contar suas histórias e para ler a história de outros. “*Por meio da internet, as distâncias encolheram, tornou-se mais rápida e barata a comunicação, o acesso a obras intelectuais foi facilitado, novos modelos de negócio surgiram, democratizou-se o caminho da liberdade de expressão.*” (BRANCO, Sérgio, 2017, p.55)

As Redes Sociais Virtuais (*Facebook, Instagram, WhatsApp*, etc.) inundam, todos os dias, seus usuários com milhares de informações. A quantidade de conteúdo compartilhado é imensa e essa dinâmica ajudou a proliferar as *Fake News*. No universo virtual, as regras são obscuras e com uma quantidade tão grande e dinâmica de informações torna difícil verificar as fontes dos fatos. Foi assim que as mídias digitais tornaram-se um local propício para a propagação de notícias falsas.

É importante ressaltar que *Fake News* não estão, na maioria das vezes, vinculadas aos grandes jornais e sites. Esses, como G1, Jornal Nacional, Estadão e Folha de São Paulo, são meios de comunicação tradicionais e que buscam confirmar a fonte de suas notícias. Geralmente, quando alguma informação é dada errada por esses veículos eles corrigem publicamente.

É possível dividir os sites que compartilham *Fake News* em quatro categorias:

- (i) os que intencionalmente buscam enganar através de manchetes tendenciosas; (ii) os de reputação razoável que compartilham boatos em larga escala sem verificar corretamente os fatos; (iii) os que relatam de forma tendenciosa fatos reais, manipulando a informação; e (iv) os que humoristicamente trabalham com situações hipotéticas” (SOUZA, PADRÃO, P. 2) .

Além disso, um novo fenômeno tem surgido: as *Fake News* no *WhatsApp*. Quando notícias falsas são espalhadas por uma mídia digital como o *WhatsApp*, que possui criptografias que tornam quase impossível saber a origem da mensagem, perdeu-se o controle do que está sendo disseminado. Essa foi uma grande arma utilizada nas eleições de 2018, veremos mais adiante.

O foco deste trabalho é a disseminação de *Fake News* durante a campanha eleitoral e a discussão será limitada a esse espaço.

As eleições presidenciais de 2014 iniciou, no Brasil, o debate sobre *Fake News* e como combatê-las. A utilização do espaço virtual para desacreditar os concorrentes por meio de notícias falsas foi utilizado de forma ampla e essa prática se intensificou muito em 2018. A candidata Marina Silva, que será o foco deste estudo, foi atingida por *Fake News* em 2014 de uma forma tão intensa, que em 2018 precisou lidar, ainda, com os resquícios das mentiras contadas na eleição anterior. Porém, debateremos isso um pouco mais adiante.

Capítulo 3 - Eleições de 2014: Fake News sobre Marina Silva

Em 2010, Marina havia participado da corrida eleitoral pelo Partido Verde (PV). Com poucos recursos, tempo de televisão e dinheiro, a campanha de Marina conseguiu obter 19% dos votos válidos, o equivalente a cerca de 20 milhões de votos, o que a deixou com o terceiro lugar da corrida eleitoral.

Em 2014, Marina Silva concorreu novamente a presidência. Desta vez, ela entrou na disputa eleitoral como candidata a vice-presidente, pelo PSB, em chapa encabeçada por Eduardo Campos (PSB). No entanto, durante a campanha Eduardo teve um acidente de avião e morreu de forma abrupta. Assim, Marina assumiu a liderança da chapa.

O trágico acidente de Eduardo Campos teve um impacto positivo na campanha do PSB. *“Alavancada por seu recall e por uma cobertura intensa de mídia, Marina subiu na pesquisa, ultrapassando Aécio Neves (PSDB) e chegando a ameaçar a liderança de Dilma Rousseff (PT)”* (FERES JR. PG 47). Com uma bagagem de 19 milhões de votos das eleições de 2010, Marina mostrou-se uma grande ameaça para o PT e o PSDB e foi nesse momento em que ela passou a ser atacada com *Fake News*. Entre as notícias falsas que foram espalhadas sobre Marina Silva em 2014, estão:

2.1 - Marina vai acabar com o Bolsa Família

O Bolsa Família, programa criado durante o Governo de Lula, é uma política de transferência de renda, voltado para famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza. Durante a corrida eleitoral, a candidata do PT à reeleição, Dilma Rousseff, afirmou que caso ela não ganhasse o bolsa família iria acabar. Essa afirmação, da então atual presidente, fez criar uma onda de preocupação entre o eleitorado mais pobre que ambas disputavam.

Marina fez uma declaração para desmentir essa informação: *“Fiquem tranquilos. Eu não vou acabar com o Bolsa Família. E sabem por quê? Porque eu sei o que é passar fome”*¹

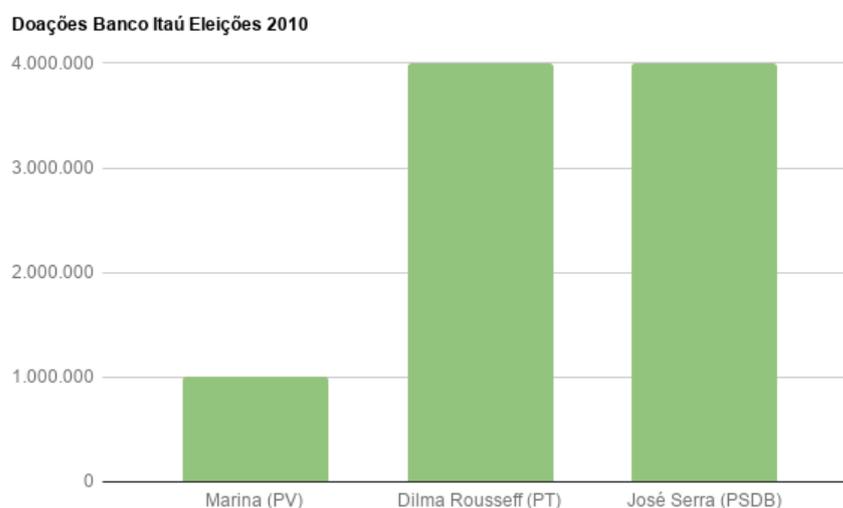
2.2 - Marina é financiada pelo Itaú

A *Fake News* surgiu da amizade entre Marina Silva e a educadora Neca Setúbal, da família controladora do Banco Itaú. Neca apoiou publicamente Marina Silva em suas campanhas.

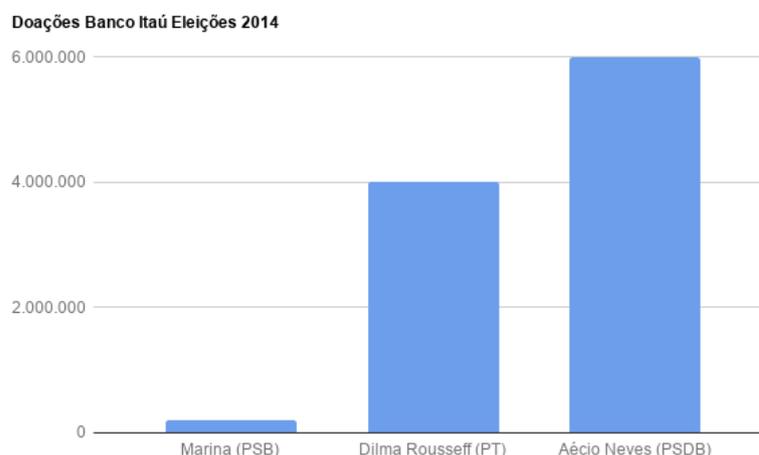
Porém, apesar do apoio financeiro do Banco Itaú recebido por Marina nas campanhas de 2010 e 2014, o banco também doou dinheiro para candidatos do PT e do PSDB, com valores mais altos do que o dado a Marina.

Veja os gráficos comparativos de valores doados para os candidatos do PT, do PSDB e Marina Silva:

Doações do Banco Itaú nas eleições de 2010



Doações do Banco Itaú nas eleições de 2014



2.3 - Marina vai governar para os banqueiros

Essa *Fake News* foi feita baseada na proposta de Marina Silva de oferece autonomia do Banco Central para controle da inflação.

*"Controle da inflação: restaurar o compromisso do Banco Central com o centro da meta em um ambiente de autonomia; reconquistar a confiança dos agentes no governo e nos dados por ele apresentados."*²

A pessoa responsável por espalhar essa *Fake News* foi Dilma Rousseff (PT), que disse que Marina desejava entregar o Brasil para Governo dos banqueiros.³ Em um comercial da campanha de Dilma, o vídeo, uma peça de 30 segundos, faz menção direta a Marina Silva, falando de sua proposta de dar autonomia para o Banco Central. A peça mostra uma família feliz comendo e depois a família sem comida na mesa e um grupo, representando os banqueiros, rindo em volta de uma mesa fazendo negócios. Ao final o locutor diz: *"Os banqueiros assumem um poder que é do Presidente e do congresso. Você quer dar esse poder a eles?"*.

Marina tentou rebater a crítica afirmando que *"nunca os banqueiros ganharam tanto quanto no seu governo (Governo Dilma). E agora, eles que fizeram a bolsa empresário, a bolsa banqueiro, a bolsa juros altos, estão querendo nos acusar, de forma injusta, nos seus programas de TV e rádio"*.⁴

2.4 - Vai acabar com o pré sal

A candidata Dilma Rousseff (PT) afirmou, na TV, que Marina Silva quer acabar com o pré-sal. Essa história foi criada a partir da intenção de Marina de buscar fontes alternativas de energia, em seu programa de governo, ela afirma que o petróleo e seus derivados continuarão a ser uma fonte importante da riqueza brasileira. No entanto, enfatiza a necessidade de buscar fontes de energia limpa (renovável).⁵

2.5 - Marido de Marina é ladrão de madeireira

O deputado Aldo Rebelo disse, em 2011, na tribuna do Congresso, durante discussão sobre o Código Florestal. Ele disse que *"Quem fraudou o contrabando de*

madeira foi o Marido de Marina Silva".⁶ Como reação à menção caluniosa, Marina Silva entrou com representação no Ministério Público Federal, em 16 de maio de 2011, para que fossem investigadas as acusações contra seu marido. Depois de analisar os documentos, o procurador-geral da República, Roberto Monteiro Gurgel Santos, descartou a denúncia. Segundo o procurador *"não há um único elemento que confira foros de verossimilhança aos fatos noticiados na imprensa"*.

Apesar de ser um fato antigo e já ter sido resolvido, ele foi ressuscitado durante as eleições de 2014 e usado para tentar desconstruir a desacreditar e trajetória de Marina Silva como defensora de causas ambientais.

Eleições de 2018: Fake News sobre Marina Silva

3.1 - Marina não se manifestou sobre Mariana

A notícia de que Marina não se pronunciou sobre o desastre ambiental que ocorreu quando a barragem de rejeitos da Samarco em Mariana/MG rompeu em 5 de novembro de 2015. Marina optou por não ir até o local. Entretanto, Marina não ficou em silêncio sobre o ocorrido, ela defendeu que esse tipo de crime deveria ser transformado em hediondo, para que empresas envolvidas em graves danos ambientais e à saúde pública tenham os recursos financeiros da empresa e dos seus diretores bloqueados. Além disso, Marina publicou artigos e deu entrevistas sobre o assunto e também levou o debate sobre o crime para o âmbito internacional.⁷

Marina afirmou ter como princípio não se aproveitar de tragédias alheias para se promover. Ela disse que *"Hoje não tenho mandato, mas tenho a postura ética de não instrumentalizar uma situação dessa para promoção política. Já vi políticos chorarem sobre cadáveres de índios e trabalhadores rurais e depois fazerem exatamente o contrário quando estão no poder"*.⁸

3.2 - Marina é a favor do aborto

Essa notícia repercutiu muito no meio evangélico, um eleitorado de grande importância para Maria Silva e ela surgiu devido a defesa de Marina de um debate democrático, com toda a população, sobre a questão de descriminalizar o aborto no

Brasil. Marina é pessoalmente contra o aborto, mas reconhece as exceções já previstas em lei – casos de estupro, de anencefalia do feto e quando há risco de morte para a mãe. Por acreditar que sua visão pessoal não deve ser responsável por definir o futuro de milhões de brasileiros, também se posiciona a favor de um plebiscito para decidir uma possível expansão dos casos permitidos.

Marina manifestou sua opinião em diversas ocasiões, transcrevendo alguns discursos dela na TV, temos claro o seu pensamento sobre a questão:

“Minha posição é contra o aborto, mas eu defendo o plebiscito para que se faça o debate, porque o que queremos é que ninguém tenha uma gravidez indesejada.”

“Ninguém venha me dizer que uma mulher faz aborto porque gosta de fazer aborto. A mulher faz o aborto em uma situação extrema. O que não se pode é pegar um debate com essa complexidade e dizer quem é a favor é porque é um perverso e quem é contra é porque é fundamentalista. Se você me perguntar se uma mulher que abortou deve ser presa? Não! Ela precisa de médico ela precisa de um psicólogo, ela precisa de acolhimento”.⁹

3.3 - Marina está na Lava-Jato

Essa *Fake News* foi criada a partir de uma informação falsa divulgada por uma página anti-PT no Facebook, com mais de 1,7 milhões de seguidores e que teve um alcance alto em pouco tempo. Os veículos de comunicação desmentiram a informação. Além disso, Marina Silva entrou com um pedido no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) para que fossem removidos os posts que acusavam, de maneira falsa, a candidata. O TSE acatou o pedido de Marina.¹⁰

3.4 - Marina sumiu após 2014

Esse Fake também é conhecido como "Marina só aparece de quatro em quatro anos". Porém, Marina Silva se manifestou quase diariamente ao longo dos anos, por meio de suas mídias sociais e também se manifestou sobre os principais fatos políticos que ocorreram entre 2014 e 2018, como por exemplo: cassação de

Eduardo Cunha, impeachment da ex-presidente Dilma, Operação Lava-Jato, fim do foro privilegiado, etc.

Entretanto, por não ocupar cargo público, o nome de Marina Silva pouco apareceu nos veículos de comunicação tradicionais (rádio, TV, jornal), por desinteresse destes próprios meios de cobrir uma “figura pública” sem mandato. Por fim, as manifestações da candidata atingiram mais aqueles que buscavam acompanhar o trabalho que ela estava desenvolvendo nesse período.

3.5 - Fakes de 2014 que continuaram em 2018

Marina é financiada pelo Itaú e Marido de Marina é ladrão de madeira foram os dois tópicos falsos sobre Marina que ressurgiram em 2018.

Capítulo 4 - Mídias sociais e Fake News

A linha entre o que é verdade e o que é mentira é tênue dentro do campo político. Vivemos em uma era em que os brasileiros anseiam por uma modificação na forma como a política brasileira é feita, a chamada “velha política”. A velha política é aquela em que a corrupção é grande e o diálogo com o cidadão é pouco. É a política do patriarcado, sem participação, aquela que faz troca de favores, de cargos e que não busca a excelência para o Estado, mas busca o benefício próprio. Nas eleições de 2018, a proposta de acabar com esse modelo de política, de fazer um mandato diferente, foi uma proposta popular. Proposta essa adotada por Marina Silva, pelos candidatos de seu partido e por vários outros candidatos, principalmente os novos, que nunca possuíam cargos.

Essa ansiedade por mudança gerou um grau de envolvimento do eleitorado em 2018 muito mais intenso do que em anos anteriores. Além disso, a ampliação do acesso a mídias sociais tornou a internet o local de debate, onde as informações chegam quase instantaneamente ao acontecimento, ou até simultaneamente, quando o caso está sendo transmitido ao vivo. Hoje, a TV perdeu seu protagonismo em levar informações inéditas, com um smartphone na mão, a população acompanha as novidades em tempo real.

No entanto, é essa junção de anseio por mudanças, rapidez nas notícias e amplo acesso às mídias digitais que tornou as *Fake News* um grande problema, um monstro quase incontrolável e que afetou a vida política dos candidatos.

É possível notar que, em 2014, muitas das mentiras contadas deliberadamente sobre a Candidata Marina Silva possuem um autor específico, é possível mapear onde ela começou. O mesmo não ocorre com as *Fake News* de 2018.

A internet tornou-se o local principal para a proliferação das Fakes. As mídias sociais são espaços que os cidadãos utilizam para debater e, principalmente, para expressar a sua opinião. Acontece que, diversas vezes, os cidadãos já tem uma opinião formada e não estão abertos ao debate, eles apenas querem dizer o que pensam e tentar convencer o outro de que aquilo que acredita é a verdade absoluta e a versão correta dos fatos.

A internet é um local livre e é claro que todos têm o direito de expressar sua opinião, da forma como desejar, desde que não calunie ou ofenda o outro. Mas aqui, torna-se importante compreender o conceito de opinião:

Quando uso a expressão ‘de acordo com minha opinião’, estou me referindo a uma afirmação que é provisória, que ainda precisa de mais dados para ser apresentada com certeza. Quando esta se transforma numa crença inabalável, numa certeza, aquele julgamento que era provisório transforma-se em algo definitivo, porém tão somente para esse mesmo indivíduo, que se apresenta para o outro, para o público, como portador de uma verdade absoluta. Esta postura não admite o contraditório. Quando se defronta com a opinião contrária, afirma-se mais ainda, sem arredar pé, de tal modo que, no limite, seria praticamente impossível que duas pessoas com opiniões tão acirradamente verdadeiras, do ponto de vista subjetivo, estabelecessem um diálogo que pudesse levá-las a mudar de opinião. (NASCIMENTO, 2018, p. 23)

Esse embate entre duas pessoas com opinião formada e que não estão dispostas a realmente escutar o outro, é o cenário mais comum dentro das mídias sociais. Também, dentro das redes digitais as pessoas com opiniões convergentes tendem a se agrupar e trocar informações apenas entre si e sobre os temas e posicionamentos que lhes interessam.

O Facebook, mídia digital mais acessada pelos brasileiros, com nada menos do que 127 milhões de usuários, possui um algoritmo que busca tornar a sua experiência no site mais “agradável”. Esse mecanismo faz com que seja apresentado para o usuário apenas conteúdos que lhe agradem e que ele costuma

interagir e curtir. Essa prática gera a “bolha digital”, onde conteúdos controversos a ideologia do usuário não são apresentados a ele.¹²

Isso afeta as *Fake News* por uma razão simples: suponhamos que o João é eleitor do Bolsonaro e curte todas as páginas de apoio ao candidato, quando ele entra no Facebook a maioria do conteúdo político que lhe é apresentado está relacionado a esse candidato. Agora, imagine que a *Fake News* de que o marido de Marina Silva é ladrão de madeira estava no *feed* do João, ele irá ler o conteúdo e acreditará na notícia e é muito improvável que apareça para ele o conteúdo publicado por Marina Silva desmentindo essa informação. Assim, João será informado por uma notícia falsa e poderá, ainda, espalhá-la para seus amigos, que também estão imersos nas próprias “bolhas”. É dessa forma que as *Fakes* se proliferam no meio digital.

Nesse ponto chegamos a outro fator problemático das *Fakes News*: a mentira propositalmente criada e com manchete, como é elaborada a *Fake News*, possui um impacto e uma repercussão maior do que a verdade. Ou seja, mesmo que o candidato vá a jornais, rádios e publique em suas mídias digitais, a mentira tem uma tendência “vender-se” mais rápido e em maior escala do que a verdade sobre aquele fato.

Ainda sobre a “bolha digital”, durante a campanha de Marina Silva os seus eleitores criaram uma “onda” online de adicionarem uns aos outros no *Facebook*. Esse processo foi facilitado pela própria mídia digital que permite criar temas nas fotos de perfil do usuário, personalizando-a para demonstrar apoio a algo ou alguém. Durante as eleições de 2018, era possível notar vários usuários com o tema “Marina 18”, “Bolsonaro 17”, “Haddad 13”, “Ciro 12”, etc. Assim, os próprios eleitores de Marina Silva se colocaram em uma “bolha” e, se a eleição fosse baseada no perfil de alguns usuários, Marina teria ganhado as eleições no primeiro turno.¹³

Outra mídia social que se tornou um espaço muito amplo para a proliferação de *Fake News* foi o *WhatsApp* (WPP). WPP é um aplicativo de comunicação por mensagem instantânea (vídeo, chamadas e stories também são serviços oferecidos, porém o foco principal são as mensagens) utilizada por 120 milhões de brasileiros (2017). Segundo o Instituto DataFolha, 66% dos usuários brasileiros do *WhatsApp* compartilham notícias sobre política na mídia digital. Isso o torna um meio

importante de onde o cidadão recebe informação, mas também se mostra como um local onde o eleitor pode receber muita desinformação. Ele é um dos principais meios de proliferação de *Fake News* e aquele que é mais difícil combater. Essa dificuldade ocorre devido as mensagens serem encaminhadas de um usuário a outro, tornando quase impossível chegar a origem da mensagem, ou seja, a pessoa que cria uma mentira dificilmente é punida por isso. Somado a isso, existe no Brasil empresas oferecem o serviço de disparo de mensagens em massa pelo aplicativo. ¹¹

Além das mídias digitais, existem sites no Brasil que propagam notícias falsas. Esses sites possuem páginas nas mídias sociais, onde vinculam as suas publicações e as disseminam nas redes. Geralmente, as manchetes de *Fake News* são sensacionalistas e elaboradas para chamar a atenção do público que, muitas vezes, não chega nem a ler todo o conteúdo da reportagem antes de compartilhá-lo e não buscam verificar a fonte dos fatos. Afinal, “se está na internet, então deve ser verdade”.

A criação de redes entre sites e perfis divulgadores de *fake news* dá ao internauta a falsa impressão de que o assunto está sendo repercutido, quando, na verdade, muitas vezes é o mesmo autor ou o mesmo e pequeno grupo de autores trocando a bola entre si (Borges, 2018, Revista Época).

Além disso, diversos sites utilizam como estratégia publicar notícias verdadeiras, porém com alguma mentira no meio. Assim, dá-se uma falsa sensação de credibilidade ao site e faz com que o leitor realmente acredite em tudo o que está escrito. ¹⁴

Capítulo 5 - Marina de Verdade

O site MarinaDeVerdade.com.br foi um veículo criado por um voluntário, com o objetivo de desmentir notícias falsas sobre Marina Silva. Nele você encontra todas as principais *Fake News* sobre a ex-candidata e a explicação do porque é mentira, com fontes seguras e, em muitos casos, vídeos da própria Marina se manifestando sobre o tema.

O site foi muito utilizado durante a campanha de 2018, sendo revisado por integrantes da equipe de Marina Silva, seu conteúdo foi revisado por mim, Sabrina

Bomtempo, e foi assegurado que todo material publicado era verídico e condizem com os fatos reais. Ele foi utilizado para guiar os eleitores de Marina Silva a como defendê-la e para ajudá-los a explicar porque tais acusações eram falsas.

Durante o período eleitoral, o site foi visitado 24 mil vezes.

Em entrevista com o criador do Site, Daniel Lopes, ele respondeu de forma exclusiva a algumas perguntas sobre suas motivações para a criação do site, o quanto acredita que as *Fake News* impactaram a campanha e como acredita que podemos combatê-las. Veja na íntegra:

1. O que te levou a criar o site Marina de Verdade?

O site foi uma forma de contribuir, que ao meu ver, poderia ter um impacto razoável dado ao investimento necessário. O fato do pessoal da campanha ter se mostrado aberto ao trabalho voluntário também ajudou bastante na motivação.

A motivação pessoal vem da minha insatisfação com a classe política em geral e com o métodos de propaganda. Os melhores candidatos são muitas vezes despreparados e ou sem financiamento necessários para lidar com novas formas de marketing, que podem ser usadas para nivelar um pouco a corrida sem necessariamente precisar de investimento financeiro tão grande quanto em mídias tradicionais.

2. Muitas Fake News sobre Marina Silva são, relativamente, antigas. Em sua opinião, porque elas não conseguiram ser desmentidas até hoje?

O trabalho de 2014 foi maciço e muito efetivo, somado ao fato que a campanha de 2018 não teve alcance proporcional, a mensagem não conseguiu chegar a todos. Outro aspecto que considero é o fato de "fake" espalhar mais rápido que "verdades", ou seja, depois que o dano está feito, a gente teria que ter um trabalho dobrado ou triplicado para desmentir tudo.

3. Você acredita que as Fake News influenciaram o baixo desempenho de Marina Silva em 2018? Por quê?

Sem sombra de dúvidas. Muitas das Fakes de 2014 foram reforçadas por outras campanhas de 2018, e algumas delas nunca enfraqueceram. Em minha opinião, faltou um trabalho de longo prazo do time da candidata para combater o problema e criar uma rede de voluntários. O trabalho deveria ter começado em 2014, e ter utilizado de métodos menos convencionais de marketing, como content-marketing, SEO e social media em cima de conteúdo adicional ao tema apenas da eleição de 2014.

4. Em sua opinião, como podemos combater as Fake News?

Fake News é um problema de educação somado a falta de fiscalização de empresas de tecnologia atuais. Social Media e internet como ferramenta de comunicação e comunidade é algo muito recente, e a sociedade ainda não criou os hábitos corretos de como lidar com essa mídia. As pessoas transferem seus hábitos de TV, Rádio e jornais para internet, e acreditam em tudo que vê. Hoje em dia, os jovens passam mais tempo em suas redes virtuais do que com seus parentes, ou seja, o valor de ensino já se inverteu e a tendência é só piorar com o avanço de tecnologias de realidade aumentada ou virtual.

A melhor forma de combate em longo prazo é estimular pensamento crítico através de educação. Da mesma forma que existem campanhas contra tabagismo ou a gravidez precoce, também precisamos de campanha de educação para hábito de uso de social media.

No curto prazo, empresas de tecnologia deveriam ser pressionadas a fazer um trabalho melhor no combate. Agências de fact checking deveriam ser incentivadas e ter investimento, comitês para manutenção da internet também deveriam ser formados para fiscalizar e investir em novos métodos de combate. Facebook, Google e Twitter também deveriam ser penalizados e forçados a incluir métodos de combate e educação.

Se o problema não for atacado logo, a tendência é só piorar. Ferramentas de marketing em massa e análise inteligente de dados tem se tornado cada vez mais baratas e acessíveis para pessoas com um conhecimento mínimo de ciência de dados e marketing.

Capítulo 6 - O impacto das Fake News na campanha de Marina Silva em 2018

Após ter concorrido ao pleito eleitoral duas vezes, em 2010 e 2014, Marina Silva apresentava uma grande vantagem entre os seus concorrentes no período da pré-campanha, estando atrás nas pesquisas apenas de Jair Bolsonaro (PSL) e do ex-presidente Lula, quando as pesquisas eram feitas com a hipótese dele competir (Lula está preso devido a acusações de corrupção feitas na Operação Lava-Jato). O candidato Fernando Haddad, alternativa do PT caso Lula não pudesse entrar na disputa, apresentava, durante a pré-campanha, uma intenção de votos muito pequena.

No entanto, quando a corrida presidencial começou oficialmente, em 16 de agosto de 2018, Haddad passou a encabeçar a chapa do PT e subiu de maneira instantânea nas pesquisas.

Marina disputou eleitorado, então, com Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. Bolsonaro fez uma campanha defendendo a posse de arma e os valores da “família tradicional brasileira”, sendo ele ligado a bancada evangélica e com um discurso conservador, ganhou atenção do público evangélico. Este público continha grande parte dos eleitores de Marina de 2014, quando ela foi derrotada nas urnas, porém conseguiu o número significativo de 22 milhões de votos.

Nesse contexto, a Fake News de que Marina era a favor do aborto foi o ponto principal para a perda de votos do público evangélico e a mais divulgada em 2018. Durante o período eleitoral Marina foi questionada diversas vezes sobre o seu posicionamento na questão da descriminalização do aborto e, por mais que ela tentasse explicar que era contra o aborto, mas defende um debate com a sociedade sobre o tema, por meio de um plebiscito, essa informação não atingiu grande parte dos seus antigos eleitores, que migraram o voto para o candidato “cristão” e defensor da “família brasileira”, que era a forma como Jair Bolsonaro se posicionava. Essa Fake News foi um dos principais motivos para a migração dos votos evangélicos de Marina Silva para Bolsonaro.

A Fake de que Marina só aparecia de quatro em quatro anos também foi muito utilizada para fazer com que ela parecesse uma pessoa oportunista e que só marcava presença para disputar as eleições. Marina Silva ganhou muitos votos em 2014 devido a morte de Eduardo Campos, que criou um fato político colocando a candidata nos holofotes da mídia. Essa Fake (Marina Sumida) fez com que os eleitores entusiastas de 2014 procurassem outros candidatos.

Outra mentira que afetou a candidatura de Marina Silva e que colocou sua reputação em questão foi a de seu marido ser ladrão de madeira e que ela não se manifestou sobre o crime ambiental em Mariana/MG. Muitos questionaram se ela não estaria utilizando a velha política, atuando como defensora de causas ambientais apenas como fachada, enquanto, na verdade, estava corroborando com crimes como o de seu marido. As mentiras de que ela estaria na Lava-Jato e era financiada pelo Itaú também seguiram na mesma linha, de desconstruir a trajetória e integridade da candidata.

Em 2014, após a sua derrota nas urnas no primeiro turno, Marina manifestou apoio ao compromisso assumido por Aécio Neves no segundo turno da campanha de 2014. Hoje, Aécio é réu na Lava-Jato e Marina, através do partido REDE Sustentabilidade, pediu a cassação do mandato de Aécio Neves no Conselho de Ética do Senado. Porém, a acusação de que Marina apoia o PSDB foi feita por diversos eleitores em 2018, que se lembravam, apenas, do apoio oferecido por ela em 2014. Marina também compartilhava do perfil do eleitor do PT, pessoas de baixa renda. Devido a polarização do Brasil entre o PT e o PSDB, essa *Fake* atingiu muitos eleitores de Marina Silva, que deixaram de votar na candidata, sob a acusação dela ser “tucana” ou o “plano B do PSDB”. Essas *Fake News*, curiosamente, também possui a versão contrária. Como Marina foi do Partido dos Trabalhadores (PT) do começo de sua carreira política até 2007 e, também, foi ministra do Meio Ambiente no Governo Lula, ela era acusada de ser PTista, comunista e de querer chegar a presidência para tirar o ex-presidente Lula da cadeia. Assim, ambas Fakes

Apesar de nenhuma dessas Fakes terem sido transmitida pela TV ou por jornais mais renomados no país, como O Globo, El País, Estadão e Folha, elas foram amplamente divulgadas nas mídias sociais, em especial no Facebook e no

WhatsAPP, veículos de informação que foram intensamente utilizados pelo eleitor brasileiro na disputa de 2018.

As *Fake News* não foram o único motivo para a desidratação de Marina Silva nas eleições, que caiu de 22 milhões de votos em 2014 para apenas 1 milhão de votos em 2018. Fatores como estratégia de campanha, baixíssimo tempo de televisão, contexto político brasileiro, polarização entre “esquerda” e “direita” e grande quantidade de atores políticos relevantes disputando o pleito eleitoral, também foram fatores que influenciaram o baixo desempenho de Marina Silva. No entanto, não se pode negar que as *Fake News* contribuíram de forma significativa para esse baixo resultado nas urnas.

Capítulo 7 - Combate às *Fake News*: Como os eleitores de Marina acreditam que as *Fake News* podem ser combatidas

Foram entrevistados 20 eleitores de Marina Silva para quais foram as *Fake News* sobre a candidata que eles mais escutaram durante o processo eleitoral e como eles acreditam que devem ser combatidas as notícias falsas no Brasil.

O método utilizado foi aplicação de questionário online.

A *Fake* mais relata pela amostra foi a de que o marido de Marina era ladrão de madeira e que ela era abortista. Além disso, 74,5% dos entrevistados afirmaram que foi necessário desmentir alguma *Fake News* sobre a candidata durante o período eleitoral.

Veja abaixo as sugestões dos entrevistados:

Marina, 19 anos, Brasília /DF

Por parte dos eleitores, acredito que por meio da checagem das informações. Por parte dos políticos, acredito que buscar formas de penalizar, de alguma forma, aqueles que criam e compartilham tais informações de má fé.

Cleide, 65 anos, Uberlândia/MG

Inventando alguma ferramenta que as impeça de serem publicadas.

Rosangela, 42 anos, Uberlândia /MG

Com maior envolvimento diário divulgando seus feitos e sua opinião.

Wesley de Souza Paiva , 27 anos, Natal/RN

Com compartilhamento da verdade, através de artes nas redes sociais.

Omar Pereira, 19 anos, Guará II/DF

Regulamentação das redes sociais.

Brenda, 18 anos, Núcleo Bandeirante/DF

Acredito que é necessário legitimar os veículos noticiosos conhecidos, mostrar para as pessoas que redes sociais e sites não muito conhecidos não são a fonte mais verídica para se informar.

Bia, 24 anos, Brasília/DF

Educação digital, regras claras nas plataformas.

Pedro Poleti, 21 anos, Sorocaba/SP

Multando quem às faz.

Fatima Medeiros, 48 anos, São Paulo/SP

Verificando a autoria e punindo os responsáveis.

Franklin Rainier Martins de Abreu , 45 anos, Uberlândia /MG

Através da verificação dos fatos em si.

Maria Luiza, 18 anos, Brasília/DF

Esclarecimento sobre a verdade em todos os meios possíveis, criar correntes, etc.

Fernanda, 24 anos, Brasília/DF

Com muita gente falando a verdade e se manifestando sempre que alguma Fake News surge em algum lugar.

João Marcelo Marques Cunha, 22 anos, Brasília/DF

Investigação policial e contrainformação.

Karin, 27 anos, Brasília/DF

Disseminando a verdade a partir das redes sociais e mídia tradicional.

Rodrigo, 22 anos, Natal/RN

Articulação de vários canais de comunicação pra repetição constante da verdade mas também educação pras pessoas verificarem as informações.

Giovanni Mockus, 24 anos, Brasília/DF

Legislação mais rígida; combate institucional pelo TSE; ferramentas das redes sociais para identificar e combater Fake News; campanha de conscientização das consequências.

Rodrigo, 21 anos, Brasília/DF

Controle de conteúdo pelos gerenciadores das mídias sociais.

Ádila Lopes , 39 anos, Brasília /DF

Diálogo. Problema: escala.

Anônimo, 20 anos, Brasília/DF

Criminalizar o ato de produção e penalizar o ato de repasse.

Lucas Coelho Brandão, 33 anos, Brasília/DF

1) Com uma maior responsabilização das plataformas (Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, etc.), que deverão oferecer mecanismos eficazes de denúncia, análise e retirada de Fake News. Assim como de banimento de usuários que propagam Fake News de forma sistemática ou em massa.

2) Com um esforço educacional maior para ensinar as pessoas a identificar Fake News e as dissuadir de encaminhar.

3) Controle sobre disparos em massa

4) *Investigação, controle e punição de empresas que oferecem serviços de marketing direto e disparo em massa de forma ilegal.*

5) *Punição eleitoral de candidatos e mandatários que disseminam Fake News.*

6) *Punição cível de cidadãos que propagam Fake News de forma sistemática ou em massa.*

Podemos notar que a punição, a fiscalização e a disseminação da verdade são os métodos mais populares entre os entrevistados. Entretanto, por a *Internet* ser um local de livre expressão e considerado por muitos o local onde se pode “fazer o que quiser”, além de contar com uma quantidade de usuários imensa, a fiscalização e punição de quem propaga *Fakes News* nesse meio é um trabalho difícil, assim como garantir que a notícia verdadeira chegue para todos os usuários. Porém, apesar de árduo, existem algumas formas de combater esse grande vilão do mundo digital. Trataremos disso no próximo capítulo.

Capítulo 8 - O combate às *Fake News* no Brasil

O TSE desenvolveu uma plataforma para divulgar notícias verdadeiras e esclarecer boatos sobre os candidatos nas mídias digitais. Segundo o órgão, a divulgação de informações corretas é a melhor maneira de enfrentar e combater a desinformação.¹⁵ Porém, mais uma vez, entramos no problema de levar essa informação para todos os usuários. Ter a versão real dos fatos publicados não significa que ela será lida por todos. É necessário que o cidadão esteja realmente interessado em verificar as informações que recebe, caso contrário, ele poderá se manter mal informado, independente da ação que a justiça promova.

No Brasil, ainda não existe uma legislação específica para a punição de quem produz e compartilha as *Fake News*. Caso seja publicada uma notícia falsa, o candidato afetado deve acionar a justiça que decidirá se o conteúdo deve ou não ser retirado do ar. O desenvolvedor do conteúdo será punido apenas se ele não cumprir a determinação judicial. Entretanto, esse é um processo que pode levar dias, semanas ou meses. Dessa forma, uma notícia falsa poderá ter repercutido em grande escala até que o alvo consiga uma liminar judicial para retirá-la do ar. Ou

seja, mesmo após desvinculada das redes, a depender do seu conteúdo, poderá gerar danos irreversíveis.

O Facebook, buscando combater as *Fake News* criou o mecanismo de “denunciar post”. Caso uma notícia falsa esteja sendo compartilhada na mídia social, deve-se fazer essa denúncia que seguirá para análise da plataforma e ela julgará se retira ou não a publicação do ar. Porém, apenas uma denúncia não é suficiente para derrubar uma publicação do Facebook, é necessário um número relevante para que seja analisada a situação.

Dessa forma, o melhor caminho a ser trilhado para o combate a *Fake News* é combater, também, o analfabetismo digital. Os cidadãos precisam ser instruídos a verificar as fontes, a ter cuidado ao compartilhar notícia e a buscar sempre sites confiáveis como meio de informação. Essa educação deve ocorrer na escola, quando as crianças já começam a ter acesso às mídias digitais. Afinal, em um mundo globalizado e que a internet está presente na maioria dos lares brasileiros, a alfabetização digital é um tema que deve ser abordado com cautela e priorizado.

Além disso, é preciso que o Brasil avance na legislação sobre o tema, que sejam desenvolvidos *softwares* de monitoramento 24 horas, que encontrem as notícias falsas e rastreiem seus autores. Esses, devem ser penalizados por seus atos. Uma vez que as medidas forem mais rigorosas, o cidadão passará a evitar esse tipo de conteúdo, já que poderá trazer consequências para si mesmo.

Além disso, as empresas que trabalham com envio de mensagens em massa devem ser fiscalizadas e punidas, caso disseminem notícias falsas. Hoje, alguns políticos buscam esse serviço para desestabilizar um concorrente ou se autopromover.

É importante destacar que essas medidas de fiscalização mais rigorosa não irão retirar do cidadão a sua liberdade de expressão na internet. Existe uma grande diferença entre um post que diz não gostar da Marina porque não se identifica com as bandeiras defendidas por ela e outro que diz que ela é corrupta, abortista e está sendo investigada pela Lava-Jato.

O WhatsApp, também na busca por combater a disseminação de notícias falsas no aplicativo, tomou algumas medidas para tentar diminuir essa prática. Entre

as medidas tomadas estão: remoção de usuários que enviam *spam*, ou seja, enviam mensagens em massa para centenas de usuários no mesmo momento; limitar a 20 o número de pessoas que pode ser encaminhada uma mesma mensagem, isso dificulta o usuário que recebeu uma Fake News a compartilhá-la com centenas de amigos em apenas um clique; e sinalizar que a mensagem foi encaminhada, assim, o receptor fica ciente que não foi escrita por aquele que enviou e sim por um terceiro.¹⁶

Durante o período eleitoral foi desenvolvido o Projeto Comprova, que reuniu jornalistas de 24 veículos de comunicação diferentes para verificar as notícias publicadas por fontes não confiáveis e, em caso de Fake News, desmenti-las. Durante o processo eleitoral o projeto verificou 146 histórias, das quais 135 eram mentiras. Entre os integrantes do projeto estavam: Band, Exame, Poder360, Estadão, UOL e Veja.

Considerações Finais

A informação falsa é algo que pode afetar a reputação, o desempenho e a trajetória de qualquer ator político. A notícia falsa também é responsável por alterar o julgamento dos eleitores, que acabam construindo a sua opinião sobre o candidato baseado em fatos inverídicos. *“No campo da política as mentiras que provocam estragos que podem ser irreversíveis, principalmente pela falta de tempo para a correção do mal feito”* (Nascimento, 2018, p. 5).

As *Fake News* que permearam Marina Silva em 2018 quanto nas eleições anteriores afetaram o desempenho da candidata e auxiliaram para o derretimento de Marina, que contou com apenas 1 milhão de votos em 2018, tendo uma queda de 2.200% em relação ao pleito anterior (2014).

A notícia falsa contada de forma deliberada atrapalha a clareza do processo político e o desenvolvimento da jovem democracia brasileira. Um cidadão que não é bem informado não é capaz de escolher com sobriedade os seus representantes. A escolha democrática precisa ser baseada em informações verídicas, para que o

cidadão possa ter no governo uma pessoa que defenda os seus interesses e não que busque estar no poder pelo poder.

A internet trouxe inúmeros benefícios para a sociedade, as distâncias diminuíram, o acesso a informação ficou mais democrático e mais pessoas conseguem se instruir utilizando-a. Porém, também trouxe a nova forma de analfabetismo, o digital. Assim como abriu margem para que pessoas de má fé utilize-a para benefício próprio. Portanto, é necessário avançar no debate sobre *Fake News* e às maneiras de combater esse mal. É imprescindível que políticas de punição e prevenção a esse tipo de conteúdo sejam elaboradas, a fim de garantir a transparência dos pleitos eleitorais, do monitoramento dos mandatos e da perpetuação da democracia.

Referências Bibliográficas

SOUZA, Carlos Affonso e PADRÃO, Vinícius. Quem Lê Tanta Notícia (Falsa)? Entendendo o Combate Contra as Fake News, ITS/RIO. Disponível em <https://itsrio.org/pt/publicacoes/quem-le-tanta-noticia-falsa/>

FERES JÚNIOR, João, O cão que nem sempre late : o Grupo Globo e a cobertura das eleições presidenciais de 2014 e 1998, Biblioteca Digital da Justiça Eleitoral, 2016. Disponível em: <http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/2565>

BRANCO, Sérgio, Fake News e os Caminhos para Fora da Bolha, Biblioteca Digital da Justiça Eleitoral, 2017, Disponível em: http://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/4758/2017_branco_fake_news%20caminhos.pdf?sequence=1

NASCIMENTO, Milton Meira do, Fake news, política e opinião pública, PAULUS, Revista de Comunicação da FAPCOM. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista-paulus/index.php/revista-paulus/article/view/65/74>

¹ Barca, Antonio Jiménez. Marina Silva vira alvo de todos os ataques. 27 de setembro de 2014. Em: https://brasil.elpais.com/brasil/2014/09/22/politica/1411413204_446746.html. Acesso em 10 de dezembro de 2018.

² G1, Veja os principais pontos do programa de governo de Marina Silva, 29 de agosto de 2014. Em: <http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/noticia/2014/08/veja-os-principais-pontos-do-programa-de-governo-de-marina-silva.html>. Acesso em 10 de dezembro de 2018.

³ CRUZ, Fernando Rodrigues Valdo, FALCÃO, Marcio, CARNEIRO, Mariana, Dilma diz que Marina quer governar com banqueiros. Em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/09/1513658-dilma-diz-que-marina-quer-governar-com-banqueiros.shtml>. Acesso em 08 de novembro de 2018.

⁴ Se eleita, Marina dará poder aos bancos, ataca Dilma em comercial, 09 DE SETEMBRO DE 2014. Disponível em: <http://mais.uol.com.br/view/1575mnadmj5c/propaganda-de-dilma-ataca-autonomia->

do-banco-central-prometida-por-marina-04020E983762E4895326?types=A&.

Acesso em 04 de dezembro de 2018.

⁵TALENTO, Biaggio, Dilma diz que posição de Marina sobre o pré-sal é 'obscurantista', 29 de agosto de 2014. Em: <https://oglobo.globo.com/brasil/dilma-diz-que-posicao-de-marina-sobre-pre-sal-obscurantista-13772983>. Acesso em 04 de dezembro de 2018.

⁶ Aldo Rebelo acusa marido de Marina Silva de contrabando. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=poVdoIUkAnk>. Acesso em 14 de dezembro de 2018.

⁷ JOVEM PAN, Marina Silva diz que não vai se promover "acima de pessoas soterradas na lama", 26 de novembro de 2015. Em: <https://jovempan.uol.com.br/programas/marina-silva-diz-que-nao-vai-se-promover-acima-de-pessoas-soterradas-na-lama.html>. Acesso em 13 de janeiro de 2019.

⁸ Silva, Marina. Marina fala sobre o crime ambiental de Mariana (MG). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qGuQgenjzcg>. Acesso em 17 de dezembro de 2018.

⁹ SOMOS MARINA, 19 de agosto de 2018, em: https://www.instagram.com/p/Bmrb4Clniif/?utm_source=ig_embed&utm_campaign=embed_video_watch_again. Acesso em 05 de janeiro de 2019.

¹⁰ TAVARES, Joemir. TSE atende a pedido de Marina e manda apagar notícia falsa sobre ela, 7 de junho de 2018. Em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/06/tse-atende-a-pedido-de-marina-e-manda-apagar-noticia-falsa-sobre-ela.shtml>. Acesso em 20 de janeiro de 2019.

¹¹ Redação Link, WhatsApp chega a 120 milhões de usuários no Brasil, 29 de maio de 2017. Em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,whatsapp-chega-a-120-milhoes-de-usuarios-no-brasil,70001817647>. Acesso em 13 de dezembro de 2018.

¹² OLIVEIRA, Filipe, Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil, 18 de julho de 2018. Em: <https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>. Acesso em 13 de janeiro de 2019.

¹³ SALAS, Javier, *Usuários transformam seus murais no Facebook em 'bolhas' ideológicas*, 8 de maio de 2015. Em: https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/06/tecnologia/1430934202_446201.html. Acesso em 04 de dezembro de 2018.

¹⁴ BORGES, Helena, *O exército de pinóquios*, 19 de abril de 2018. Em: <https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2018/04/o-exercito-de-pinoquios.html>. Acesso em 17 de dezembro de 2018.

¹⁵ TSE, *Fake News: TSE lança página para esclarecer eleitores*, 11 de outubro de 2018. Em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/fake-news-tse-lanca-pagina-para-esclarecer-eleitores-sobre-a-verdade>. Acesso em 8 de dezembro de 2018.

¹⁶ ÉPOCA NEGÓCIOS ONLINE, *WhatsApp diz como tenta combater fake news no Brasil*, 19 de outubro de 2018. Em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/10/whatsapp-diz-como-tenta-combater-fake-news-no-brasil.html>. Acesso em 12 de janeiro de 2019.