



UNIVERSIDADE D
COIMBRA



Zita Bacelar Moura

DA MENTIRA QUE SE QUER VERDADE:
FAKE NEWS, UMA VELHA CHAGA EM NOVOS TEMPOS

Dissertação no âmbito do Mestrado em Jornalismo e Comunicação, orientada pelo Professor Doutor João José Figueira, e apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Setembro de 2018

DA MENTIRA QUE SE QUER VERDADE: Fake News, uma velha chaga em novos tempos

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Dissertação de Mestrado
Título	Da Mentira que se quer Verdade: Fake News, uma velha chaga em novos tempos
Autor/a	Zita Bacelar Moura
Orientador/a	João José Figueira da Silva
Júri	Presidente: Ana Teresa Fernandes Peixinho de Cristo Vogais: 1. Doutor José Carlos Costa Santos Camponez (Arguente) 2. Doutor João José Figueira da Silva (Orientador)
Identificação do Curso	2º Ciclo em Jornalismo e Comunicação
Área científica	Jornalismo
Data da defesa	3-10-2018
Classificação	16 valores



Índice

Resumo	
Dedicatória e agradecimentos	
Introdução	p.5
1. Dissecar conceitos:	p.11
1. Informação	p.15
2. Desinformação	p.20
3. <i>Fake News</i>	p.22
4. Contra-informação	p.24
5. Na era das redes sociais, sem filtro e sem controlo	p.27
2. Desinformação e <i>Fake News</i> : coisas velhas em tempos novos	p.32
1. O terreno fértil de atuação da desinformação e das <i>fake news</i>	
1. Propaganda e relações públicas	p.32
2. Opinião pública e fabricação de consentimento	p.38
2. As bolhas de opinião	p.41
3. Do boato às <i>fake news</i>	p.44
3. Leitura crítica de episódio de <i>fake news</i> :	p.46
1. <i>Fake News</i> : o duplo assassinato de Marielle Franco	p.47
1. Mas afinal, porque é que disse o quê sobre Marielle? Estereótipos e <i>fake news</i>	p.54
2. O assassinato de Marielle pelos olhos d'O Globo	p.59
1. <i>Fake News</i> na agenda d'O Globo	p.61
4. Um futuro para a contra-informação: verificação de fatos e reposição da verdade	p.65
Conclusão	p.71
Bibliografia	p.75
Anexos	p.78

Resumo

As *fake news* estão na ordem do dia, e torna-se cada vez mais importante sermos capazes de as identificar e combater num mundo pautado pela velocidade e pelo imediatismo. Partindo do trabalho de autores de referência das ciências da comunicação e dos estudos do jornalismo, analisaremos o fenómeno das *fake news* à luz da nova era, a era das redes sociais, do *clickbait*, do imediatismo.

Numa primeira fase iremos delinear o espaço teórico e político em que nos posicionamos, com um olhar crítico sobre os modelos de comunicação em que se insere o fenómeno das *fake news*: informação, desinformação, *fake news*, e contra-informação. Finalmente, serão observadas as alterações de relacionamento entre estas estruturas à luz do novo paradigma das redes sociais.

O segundo capítulo irá demonstrar as semelhanças e diferenças entre um velho modelo (a desinformação) e um novo fenómeno (as *fake news*), e o terreno social em que atuam, considerando trabalho de relações públicas, de propaganda e de fabricação de consentimento. Aqui veremos como a esfera pública e a opinião que se cria dentro dela se vai apertando de forma a gerar um cenário mais confortável para a disseminação de *fake news*.

O terceiro capítulo apresenta uma leitura crítica sobre um terrível episódio de *fake news*, aquando do assassinato da vereadora carioca Marielle Franco, que resultou em graves difamações com propósitos políticos e deixaram à mostra as feridas de um público polarizado e facilmente suscetível. Olhamos o tratamento mediático que o jornal brasileiro O Globo fez do homicídio da vereadora, e especificamente até que ponto as *fake news* penetraram neste organismo.

Por fim, iremos considerar as múltiplas formas da contra-informação, dentro e fora das grandes estruturas mediáticas, como um possível caminho de construção de comunidade e reposição de verdade.

Palavras-chave: fake news, jornalismo, desinformação, redes sociais, contra-informação

Abstract

Fake news are very much in today's agenda, and it's becoming increasingly more important being able to identify and fight them in a world set by speed and immediacy. Coming from the work of revered authors in the communication sciences and journalism studies, we shall analyse the phenomenon of fake news under the light of a new era, the era of social networks, of clickbait, of immediacy.

In a first stage we will set the theoretical and political space upon which we stand, with a critical gaze on the models of communication in which the phenomenon of fake news is inserted: information, desinformation, fake news and counter-information. Finally, we shall observe the shifts in the relationships between these structures under the light of the social network paradigm.

The second chapters will show the differences between an old model (desinformation) and a new phenomenon (fake news), and the social terrain upon which they act, taking in consideration the work of public relations, propaganda and fabrication of consent. Here we shall see how the public sphere and the public opinion created within it are getting tighter, in such a way that it creates a more comfortable scenario to spread fake news.

The third chapter presents a critical analysis of a terrible episode of fake news, at the event of the murder of the Brazilian councilwoman Marielle Franco, that ultimately resulted in serious defamation with political purposes, that left in sight the wounds of a polarized and easily susceptible public. We look upon the media treatment done by the Brazilian newspaper O Globo regarding the murder of the councilwoman, and specifically how deep the fake news managed to penetrate this organism.

Lastly, we shall consider the multiple forms of counter-information, within and outside the big media structures, as a possible path to build community and restore truth.

Keywords: fake news, journalism, desinformation, social networks, counter-information

Agradecimentos e dedicatória

Se é sobre mentira que esta dissertação se debruça, o meu maior agradecimento é à minha mãe, que me ensinou de tenra idade que mais depressa se apanha um mentiroso que um coxo. E ao meu pai, que me ensinou a fazer o que tivesse que fazer, desde que não me deixasse apanhar, a melhor ou a pior.

Agradeço aos meus Kágados, que deixaram de ser a minha casa mas nunca deixaram de ser o meu lar, que me ensinaram a carregar a carapaça sem me queixar (demasiado) dela, e a pensar as coisas com calma, para lá da minha casca rijá. Especialmente ao Paulo, que foi o primeiro a obrigar-me a tirar a cabeça da carapaça e perceber que a revolução não é só o que eu pensava dela.

Ao Jornal MAPA e a toda a sua equipa. Porque a cada edição conseguem ensinar-me que para fazer jornalismo não preciso de me curvar perante ninguém - antes pelo contrário - e que a minha voz é válida (mesmo quando excede o limite de caracteres).

À Ana, meu pilar de força. À minha avó, que quem não a conheça pense na Úrsula de Gabriel García Márquez.

Agradeço mais do que as palavras podem escrever ao meu orientador, João Figueira, que a cada reunião, a cada e-mail, recomendava-me mais umas 400 páginas para ler - e todas elas cheias de valor.

E a quem dedico estas páginas, por *cliché* que seja, é à minha mãe e ao meu pai. Porque me ensinaram a desconfiar sem ser cínica, a ser cautelosa sem ser medrosa, a saber que o mundo é muito maior que eu mas que eu sou uma parte fundamental dele. Por me questionarem a cada passo do caminho e me obrigarem a pensá-lo antes de o pisar. Pelas portas que me ficaram abertas, e pelas portas que havemos de abrir.

*“You cannot buy the revolution. You cannot make the revolution.
You can only be the revolution. It is in your spirit, or it is nowhere.”*

Ursula Le Guin, *The Dispossessed*, vol.1.

Introdução

Numa era marcada pela velocidade e pelo imediatismo, torna-se cada vez mais difícil experienciar o mundo e conhecê-lo de forma genuína. Os estímulos surgem de todo o lado, cada vez mais rápidos, as redes interpessoais expandem-se, mas as micro-esferas públicas tornam-se sufocantes. Numa era em que mentiras são adjetivadas de “factos alternativos”, em que as redes sociais como o Facebook e o Twitter são elementos inalienáveis da experiência social, a verdade, que sempre foi um ideal desejável mas distante, gradualmente transforma-se em miragem.

A presente dissertação propõe-se a observar o fenómeno das *fake news* duma perspetiva contemporânea, que tenha em conta o novo fenómeno das redes sociais. É impossível, nos dias que correm, discutir jornalismo e comunicação sem considerar os espaços em que as novas interações interpessoais tomam lugar. Do Facebook, ao Twitter, ao YouTube, vivemos um mundo novo, que obriga a reconfigurar as relações e a experiência humana, mas que continua assente sobre princípios do passado, por dilapidados que estejam - ou, no caso das *fake news*, reforçados.

Começamos por considerar o trabalho teórico realizado por autores clássicos e contemporâneos acerca dos quatro temas que são basilares para este texto: informação, desinformação, *fake news* e contra-informação. Sem perder de vista, em nenhum momento, que é sobre informação e jornalismo que falamos, é importante perceber o ponto de partida - teórico e político - de que partimos.

O pressuposto desta dissertação assenta na análise de um velho fenómeno potenciado pelas ferramentas de uma nova era. A Internet, os *media* ubíquos (conforme analisados por Pavlik, 2014), as redes sociais, alteraram o paradigma em que todos nós nos inserimos - cidadãos comuns, investigadores, jornalistas, profissionais das relações públicas, governantes, ativistas. Mesmo a esfera pública (Habermas *apud* Medeiros, 2013) em que nos inserimos, individual e coletivamente, alterou-se, e criou micro-esferas mais apertadas, mais polarizantes (Recuero, 2009), que potenciam o fenómeno da fabricação de consentimento pensado por Lippman (1922).

Encontramo-nos num momento da história do jornalismo que só é equiparável à invenção da imprensa de Johannes Gutenberg, no séc. XV (Figueira, 2015). A velocidade com

que os futuristas das vanguardas do séc. XX sonhavam tornou-se verdadeira, e ultrapassou os sonhos deles. A velocidade, o imediatismo, são a pauta das agendas mediáticas de todos os dias. A erosão da profissão jornalística, pelo emagrecimento das redações, o enfraquecimento das receitas publicitárias, os despedimentos coletivos (*ibid.*), a par da aceleração de eventos cada vez mais tumultuosos e que exigem mais atenção dos *media* e do público, estão a dificultar seriamente o exercício da profissão, e a fragilizar a credibilidade no jornalismo (Alexander, 2016). E o que resulta disto? O melhor cenário possível para que uma velha chaga ganhe novo corpo, como um vírus que se adapta e cresce.

Veremos como uma coisa tão velha como notícias falsas se metamorfoseou para uma coisa tão nova e tão perigosa como são as *fake news*, que ganham toda uma nova acepção para lá da “notícia falsa”. Já em 1999 Volkoff contava “Uma Breve História da Desinformação”, desde o Cavalo de Tróia, a cadáveres de soldados lançados em alto mar com uniformes e notas militares falsas nos bolsos, a notas de imprensa cozinhadas. Ora, Galdón López (2001) demonstra como, mesmo quando não há intenções de desinformar ou induzir o público em erro, a informação assume “sete efeitos desinformativos”, frequentemente resguardando o exercício do profissional por trás de um escudo de “objetividade”.

Mas esta coisa da “desinformação” estava sempre dependente do aval dos *media*, dos jornalistas, para se consolidar e estabelecer no imaginário público. Volkoff, a par de Galdón López, são dois autores fundamentais para compreender esta sinergia. Conforme será demonstrado adiante, no capítulo 1.5. desta dissertação, a desinformação enquanto manifestação de interesses ocultos estava sempre dependente de um exercício de poder e contra-poder executado pelos agentes desinformativos e pelos jornalistas. Mas ao olharmos apenas para os estudos de há quase duas décadas, perdemos de vista o que é inevitável na contemporaneidade: a sobrecarga de informação e o imediatismo que a era digital proporciona. Pascual Serrano (2009) demonstra o problema da sobre-informação e de uma falsa sensação de esclarecimento (Volkoff, 1999), quando o que realmente acontece é um *overload* de estímulos e informações que na verdade não permitem ao público compreender a realidade (ou “pseudo-ambiente”, como escreve Lippman) em que se insere.

Esta sobrecarga de informações, para lá de resultar numa falsa sensação de esclarecimento, é mais uma ferramenta muito útil ao processo de fabricação de consentimento - seja ela na ótica de Lippman (1922) ou de Chomsky (1988). Estes dois autores norte-americanos interpretam este processo em pólos absolutamente antagónicos, mas ambos reconhecem a importância do trabalho da indústria das relações públicas para o funcionamento do mesmo.

Sendo que o trabalho dos agentes de imprensa na verdade não é novidade do nosso tempo, e o trabalho de relações públicas não pode ser caracterizado como sendo eminentemente pernicioso, nesta dissertação iremos observar como estas duas funções (frequentemente fundida numa só, a de assessor de imprensa) são utilizadas de forma a condicionar o pensamento grupal. Um adequado trabalho de relações públicas é necessário para divulgar e promover eventos de caridade, ações de vacinação profiláticas, por exemplo, é necessário até para cuidar a imagem pública de hospitais, associações, empresas, etc. A Declaração de Princípios de Ivy Lee (1905), frequentemente apresentada como a passagem da “*press agentry*” para as relações públicas, diz, inclusivé que os gabinetes de relações públicas e assessoria de imprensa não são “gabinetes de imprensa secretos” ou “agências de publicidade”.

Mas, de facto, esta foi uma ferramenta utilizada para fins propagandísticos e desinformativos. E é do exercício desta ferramenta que vêm muito do *savoir-faire* aplicado às *fake news*. As *fake news* galgaram a sinergia entre os jornalistas e os agentes de relações públicas, frequentemente responsáveis pelos processos desinformativos de que falaremos. A dinâmica entre o público, os *media* e o poder instituído alterou-se substancialmente nas últimas décadas, com o advento da Internet. Castells escreve em “Redes de Indignación y Esperanza” (2012) como as novas ferramentas de comunicação possibilitaram o nascimento e organização de movimentos sociais como a Primavera Árabe e o 15M, em Espanha, como estas ferramentas são hoje intrinsecamente indispensáveis aos movimentos sociais contra-poder - mas as mesmas ferramentas são utilizadas pelos poderes instituídos com objetivos polarmente opostos.

As redes sociais permitem que a desinformação chegue diretamente ao público sem terem de passar pela filtragem que os media tradicionalmente faziam - Pavlik (2014) recupera a ideia de Alex Brun (2003) e demonstra como os jornalistas passaram de *gatekeepers* a *gatewatchers* (de guardas dos portões, a observadores dos portões). A mesma função que antes provocava a espiral do silêncio pensada por Elisabeth Noelle-Neumann na década de 1970, hoje exponencia-a. Ao não serem capazes de guardar os portões da opinião pública, os jornalistas correm atrás dos predadores que almejam entrar nela, como uma alcateia de lobos a entrar numa quinta. Com o Twitter, o Facebook, e tantas outras ferramentas, uma qualquer personalidade pública (ou a indústria de relações públicas por trás dela) consegue chegar ao público e à opinião pública sem ter de passar pelo cunho de um jornalista. Mesmo com todos os problemas que podemos apontar ao jornalismo objetivista definido por Galdón López, o

fato é que este jornalismo representava uma barreira entre a desinformação e o público, por volátil que fosse essa barreira.

A era das redes sociais permite que qualquer personalidade pública, ou até mesmo qualquer cidadão anónimo (como veremos adiante no capítulo 3.1.), consiga atingir um público maior do que alguma vez foi possível com qualquer tipo de informação, afirmação, acusação, suspeita. O entrincheiramento das micro-esferas públicas de que fala Raquel Recuero, aliado à fabricação de consentimento e à espiral do silêncio, a uma indústria de relações públicas cada vez mais fortalecida, aliadas a redes sociais virtuais que estimulam e potenciam o sentimento atávico de pertença, são tudo o que as *fake news* precisam para se expandirem e viralizarem.

Dentro destas micro-esferas, a opinião pública é mais manipulável - é mais fácil coagir o público a ser levado a crer em determinado fenómeno ou posicionamento. Quando não há oposição dentro dos círculos em que nos movemos, o pseudo-ambiente que construímos com os nossos estereótipos (Lippman, 1922) torna-se mais credível, e aí é mais fácil operar esquemas de propaganda conforme pensados por Bernays (1928 e 1922). Explica este autor que a propaganda é, no fundo, um sistema de “propagação de fé”, que funciona como “o braço executivo do governo invisível”. E quando o governo invisível consegue equipar-se de uma ferramenta tão versátil como as redes sociais, que entram diretamente nas casas e nas mentes das comunidades, é tremendamente mais fácil a execução de uma operação propagandística. Mais ainda quando as pessoas se sentem (erroneamente) informadas, e isoladas dentro das suas micro-esferas públicas.

Quando fundimos os princípios da disseminação do boato, no capítulo 2.3., e os interesses ocultos que a desinformação pressupõe, compreendemos uma diferença fulcral entre desinformação e *fake news*: a desinformação é produzida por profissionais, e atua verticalmente, e as *fake news* são assaz amadoras e sensacionalistas, espalhando-se horizontalmente. Conforme explicamos no capítulo 1.5., quer isto dizer que a desinformação pressupõe um exercício de poder dentro de uma determinada estrutura hegemónica - parte de uma empresa (p.e.) para os *media*, e dos *media* para o público -, as *fake news* podem surgir de sites de notícias fictícias que são viralizadas entre pares, ou através de *tweets*, ou até mesmo de colunas em jornais, como comprovaremos adiante.

A título de exemplo, faz-se nesta dissertação uma leitura crítica do *tsunami* de *fake news* que surgiu aquando do homicídio da vereadora carioca Marielle Franco. Assassinada a 14 de março, no Rio de Janeiro, Marielle era vereadora pelo Partido Socialismo e Liberdade, e reconhecida ativista pelos Direitos Humanos, forte opositora à intervenção federal no Rio, e

uma figura pública acarinhada pelos grupos minoritários da cidade - mulheres, pessoas negras, a comunidade LGBT, as comunidades das favelas. Após o seu homicídio, surgiram em catadupa uma série de boatos, que em última análise se converteram em *fake news*, como veremos ainda, que tentavam descredibilizar a vereadora e o seu trabalho. No capítulo 3. analisamos o processo que as *fake news* acerca de Marielle tiveram, e o percurso que tomaram, tendo em conta a sua viralização e o discurso inserido nelas, com apoio nos trabalhos de Lippman sobre os estereótipos e a necessidade que temos deles para compreendermos o ambiente em que nos inserimos. Mas para lá das redes sociais, que foi onde as *fake news* sobre Marielle ganharam tração, iremos ver o impacto que elas tiveram num órgão de comunicação social legítimo e reconhecido, o jornal O Globo (do Grupo Globo), que permitiu que 17% das suas publicações acerca da vereadora durante os oito dias a seguir ao seu homicídio fossem focadas nas *fake news* sobre ela - incluindo a repetição de discursos ostensivamente falsos e insultuosos ao trabalho e memória de Marielle. De notar que O Globo teve um tom largamente favorável a Marielle e ao seu trabalho na cobertura que fez sobre os eventos que antecederam e sucederam a sua morte, e ainda assim houve espaço para repetir as difamações que surgiram à volta dela, legitimando-as, portanto.

Esta leitura crítica também servirá para comprovar, na prática, muito do que se diz acerca da velocidade e pressão que hoje se exige dos jornalistas. Na análise que Steen-Johnsen, K., *et al*, (2016) apresentam em “News on new platforms: Norwegian journalists face the digital age”, as autoras indicam a flutuação das deadlines e a pressão do tempo como sendo um dos maiores problemas do jornalismo contemporâneo que os profissionais indicam. Isso comprova-se pelos 149 artigos publicados ao largo de oito dias n’O Globo, sobre o mesmo tema, onde se encontram repetição de informações em diferentes peças e erros ortográficos, entre outros pormenores que analisaremos adiante. Só no dia a seguir ao homicídio de Marielle, publicaram 56 artigos online.

Mas a maioria das obras analisadas para a construção desta dissertação, e mesmo a leitura feita a este hediondo episódio em torno do homicídio de Marielle Franco, deixam uma nota positiva. De todos os autores analisados, apenas um tem uma visão profundamente fatalista do panorama em que nos inserimos (Noam Chomsky). Todos os demais, ou olham os fenómenos de fabricação de consentimento e propaganda com uma perspetiva utilitarista, que pode ser utilizada, de fato, a favor da construção de uma opinião pública mais saudável, ou olham o atual panorama e paradigma com uma visão crítica, sem perder a esperança num futuro mais sustentável, em que as redes sociais funcionem também elas como ferramentas de empoderamento e esclarecimento.

Castells (2012) é um dos autores que mais longamente o explica, quando fala sobre a Primavera Árabe e o 15M, como estes movimentos se opuseram ao poder instituído e às estratégias de comunicação desenvolvidas para o contrariar. Downing (2001), a par de Flusser (1982), demonstram como uma contra-informação estruturada e com valores pode representar uma arma de defesa, de ataque, e instrumento de construção. Iremos demonstrar como a contra-informação sai do nicho da clandestinidade, sem perder as suas raízes, e se apresenta cada vez mais como uma ferramenta útil no combate às *fake news*, e a um discurso hegemónico que teima em fazer eco de si mesmo.

I. Dissecar conceitos: informação, desinformação, *fake news* e contra-informação

A distinção entre estes conceitos é assaz difícil de delinear. Quantas vezes não se torna verdadeira a “desinformação” e passa a ser, por sua vez, “informação”? Não será que as “*fake news*” são só uma forma de “desinformação” menos elaborada e mais perniciosa? E quantas vezes não é a “contra-informação” que repõe a verdadeira “informação”? Por ser um conceito tão amplo e tão abstrato, a “informação” é a maior sacrificada, atirada e puxada para todo o lado. E quem a cria é muitas vezes parte inconsciente desse jogo tão político e tão obscuro. Não se pretende aqui fazer os jornalistas passarem por pobres tontos, manipulados e manietados por grupos com interesses em conflito. Pretende-se, sim, responsabilizar os jornalistas e os meios para que trabalham pela perpetuação de um sistema cujos objectivos são tudo menos claros, quando nunca foi essa a sua missão, sem perder de vista os constrangimentos, coações e limites a que estão sujeitos, e responsabilizar também a sociedade civil que se permite manipular por *fake news* e meios ocultos de propaganda e desinformação.

“Si no desarrollamos un espíritu crítico y un sentido de búsqueda de la información alternativa a las vías formalmente establecidas, estamos condenados a la desinformación, a la incapacidad para comprender nuestro y, por tanto, incapacitados para actuar con libertad.” (Serrano, P., 2009, p.694)

A “objetividade” é outro elemento crucial nesta discussão, já que ela é frequentemente usada como escudo para justificar processos que raiam o propagandismo ou o editorialismo. Escreve Volkoff em “Pequena História da Desinformação” (1999) que “a objetividade não só não existe em matéria de informação, como qualquer pretensão à objetividade deve ser encarada com suspeita” (p.21). Este conceito surgirá múltiplas vezes ao longo desta dissertação, mas ele deverá sempre ser olhado com a devida desconfiança, por motivos discutidos adiante.

Um outro conceito-chave que está latente em toda a análise que faremos adiante é o da “fabricação de consentimento”, conforme pensado por Lippmann (1922, e recuperado por

Chomsky, 1988 e 1991). Chomsky tem uma visão bastante mais ácida do que é a propaganda e a desinformação do que outros autores citados, mas também é preciso considerar que os seus estudos apoiam-se na realidade norte-americana, onde tudo é extrapolado ao extremo. Por isso, nos seus textos as expressões “propaganda” e “desinformação” têm virtualmente a mesma carga e significado, mas veremos adiante como isto não é necessariamente verdade. Chomsky, decano dos estudos sobre propaganda, considera que “a propaganda está para uma democracia como o cacete está para um Estado totalitário” (2003, p.22); porque já que não se vê legítimo o uso da força e da violência em estados democráticos é preciso condicionar a população a ser cooperante e operante de uma outra forma.

Ora, Chomsky demonstra que uma das mais eficazes estratégias de controlo exercidas sobre as populações é exatamente a “fabricação de consentimento”. Este conceito, desenvolvido por Walter Lippman em 1922, é pernicioso. O ideólogo original desta ideia não via necessariamente com maus olhos este processo. Acima de tudo porque olhava a fabricação de consentimento como uma ferramenta a aplicar à política das elites. Lippman explica que o processo de fabricação de consentimento não é uma "arte nova" (pp.248-249). De facto, é uma arte antiga que se suporia ter morrido com o surgimento da democracia, segundo o próprio. Não obstante, ela evoluiu imenso em técnica, porque agora se apoia em análise mais do que na experiência empírica. Defende o autor que com a fusão da investigação psicológica e dos meios de comunicação modernos (e é preciso considerar que o texto de Lippman situa-se em 1922), está a tomar lugar uma revolução "infinitamente mais significativa que qualquer alteração do poder económico". A persuasão tornou-se autoconsciente e um órgão de funcionamento dos governos, e as suas consequências, que vão para lá do que qualquer um de nós compreenda, alteram todos os cálculos e premissas políticas.

Já Chomsky vê este mesmo fenómeno de uma forma mais ácida, com os olhos postos sobre o público condicionado, e não sobre a elite que condiciona. É preciso considerar que os estudos deste autor posicionam-se dentro da teoria crítica da informação, e que, especialmente na obra “A Manipulação dos *Media*” (2001) Chomsky oferece mais críticas que sugestões e soluções práticas para os problemas que identifica. Situado num espectro político anarquista, não se podem esperar mensagens de esperança ou análises cinzentas vindas deste autor quando o que se discute são os grande *media*, corporações e governos. Ora, e mesmo munido de uma visão altamente crítica e reprovadora, não significa a “fabricação de consentimento” como Chomsky a interpreta que as pessoas sejam condicionadas a agir e pensar de determinada forma com recurso a estratégias ostensivas, como seria numa realidade

Orwelliana, com recurso a *telecrãs* impositivos e omnipresentes. Quer antes dizer que as pessoas são levadas a crer que só elas pensam de forma dissidente e disruptiva com o que é ditado pelos poderes instituídos. Como são cada vez mais dificultadas as possibilidades e estratégias de auto-organização a partir da base, como explica Chomsky, as pessoas ficam progressivamente mais isoladas e insulares. Perdendo a ligação com os seus pares, e Chomsky fala frequentemente nas questões de classe, pensamentos e crenças que são dissidentes daquilo que é conveniente às estruturas de poder acabam por não conseguirem enraizar-se no pensamento coletivo.

Ao olharem para os *media* - seja a televisão (o ódio de estimação deste autor), a imprensa ou a rádio - não há como verem refletidas manifestações de pensamento que sejam antagónicas, ou pelo menos diferentes, aos posicionamentos mainstream. Há um efeito de caixa ressonância, adiante discutido mais extensivamente, que reproduz ideias, pensamentos e *sound bites ad eternum*. Isto leva as pessoas a acreditarem que estão sozinhas naquela forma de pensar, e que, portanto, devem ser loucas. Se toda a gente pensa o mesmo, então é porque essa é a forma correta de pensar. E assim se fabrica o consentimento de uma população. Esta tese de Chomsky pode ser confirmada na obra de Lippmann, mas tendo um trajeto inverso: se uma pessoa encontra impressa uma opinião que coincida com a sua, ela sente que a sua opinião ganha validade. Mas, para todos os efeitos, demonstra-se que as pessoas sentem as suas opiniões como válidas quando as encontram reproduzidas nos meios, e os meios que reproduzem as mesmas opiniões *ad eternum* vão sempre dar validade às opiniões do *status quo*, que, em última análise, vão-se tornar as opiniões do grande público.

Chomsky usa frequentemente os exemplos da opinião pública acerca da guerra, e como os posicionamentos das pessoas oscilavam dependendo do pendor também dos *media*. Se os meios de comunicação social estão inundados de mensagens de pavor e ódio ao comunismo, e de apoio cego e incondicional “às tropas”, mensagens estas profundamente ocas de sentido, quem pudesse achar que um outro posicionamento é possível olha em redor e vê-se isolado. Estando sozinho, deve estar louco. Então junta-se às fileiras de quem odeia comunistas e apoia as tropas. Mesmo que assim não seja verdadeiramente. O consentimento está fabricado.

Estes dois autores, para além do hiato temporal entre os seus trabalhos, apresentam as duas faces de uma mesma discussão, que não tem só dois lados. Popularizou-se nos anos 20 um debate entre Walter Lippman (jornalista) e John Dewey (filósofo) que questionou não só as funções do jornalismo, mas o funcionamento do modelo democrático. Se Lippman considerava que a democracia era em si mesma um projeto falhado, porque supunha a capacidade de auto-gestão e auto-governo por parte dos cidadãos, Dewey contrapunha,

afirmando que a democracia era tão somente o “meio para atingir o fim” de as pessoas se auto-governarem (Kovach e Rosenstiel, 2014, p.31). Então, temos Lippman, que considera que a fabricação do consentimento é uma ferramenta indispensável ao adequado funcionamento de uma sociedade democrática pela incapacidade governativa dos cidadãos; temos Dewey, que coloca em cima da mesa a interpretação do estado democrático como uma ferramenta que os cidadãos devem utilizar para se empoderarem e autogovernarem; e temos Chomsky, que considera que o estado democrático é em si mesmo opressivo, e os *media* são apenas um braço armado nessa opressão, na medida em que os cidadãos são condicionados a pensar que estão a autogovernar-se.

Mas nem só de sentimentos de loucura ou fabricação de consentimento se faz um bom processo desinformativo. Na era das redes sociais e dos algoritmos, as pessoas (ou consumidores de conteúdo) tendem a encontrar-se dentro de bolhas que reflitam os próprios sentimentos ou crenças. A investigadora Raquel Recuero diz em entrevista à revista brasileira *Gaúchazh*, que recuperaremos mais adiante, que as redes sociais potenciam a homofilia, a tendência das pessoas a enclausurarem-se dentro das suas próprias bolhas de convicção e rodearem-se de opiniões e pessoas que pensem de forma igual, o que provoca uma polarização imensa na sociedade. Alinhamos a sensação de isolamento e loucura com uma bolha de pessoas que pensam de uma mesma forma, e está preparada a receita perfeita para o alienamento social e a polarização política.

Em todo o caso, é preciso considerar que tudo o que rodeia estes três conceitos são exercícios de poder, ou contra-poder. Manuel Castells (2012) escreve em “Redes de Indignação e Esperança”:

“Na nossa sociedade, que concetualizei como sociedade em rede, o poder é multidimensional e organiza-se em torno das redes programadas em cada domínio da actividade humana, de acordo com os interesses e valores de atores habilitados. As redes de poder exercem-no sobretudo influenciando a mente humana (mas não só) mediante as redes multimédia de comunicação de massa. Assim, as redes de comunicação são fontes decisivas de construção do poder.” (p.16)

É importante, portanto, dar início a esta dissertação com uma diferenciação destes quatro conceitos (informação, desinformação, *fake news*, e contra-informação) para efeitos de análise.

I.1. Informação

Para efeitos de análise nesta dissertação, poderemos considerar “informação” tudo aquilo que os *media* produzem a nível informativo - e não opinião (expressa como tal), editorial, publicidade, entretenimento, etc. Há quem opte por fazer uma distinção clara entre “informação” e “jornalismo”, como é o caso de Alexander (2016), que recuperaremos adiante, mas não será o caso, no presente texto. Tudo o que consideramos (enquanto público-geral) como “informação” antes tem de passar pelo crivo de uma qualquer estrutura mediática, e parte-se do princípio que pelas mãos de pelo menos um jornalista.¹ Ora, numa era de profunda mudança tecnológica, social e política, a informação (ou jornalismo) está numa posição altamente vulnerável, e arriscamos perder de vista quais são as suas funções e objetivos. Este capítulo irá, em traços largos, esboçar uma interpretação de como a “informação” se metamorfoseia em algo inteiramente diferente, pelos constrangimentos a que está sujeita.

Kovach e Rosenstiel, na terceira reedição do livro “Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect” (2014)², em que analisam profundamente as alterações e metamorfoses a que assistimos, apresentam os seguintes princípios pelos quais se deve reger o jornalismo:

- “1. A primeira obrigação do jornalismo é para com a verdade.
2. A sua primeira lealdade é para com os cidadãos.
3. A sua essência é uma disciplina de verificação.
4. Os seus praticantes devem manter-se independentes daqueles que cobrem.
5. Deve servir como monitor do poder..
6. Deve providenciar um fórum para criticismo e acordos públicos.
7. Deve esforçar-se por tornar interessante e relevante o que é importante.
8. Deve apresentar as notícias de uma forma que seja compreensiva e proporcional.
9. Os seus praticantes têm uma obrigação de exercitar a sua consciência pessoal.
10. Os cidadãos têm direitos e responsabilidades no que toca às notícias também - mais ainda quando se transformam eles próprios em produtores e editores.” (pp.6-7)

¹ Sem pretensões de objetividade, iremos fazer uma análise política que pretende fazer à relação entre os *media*, os poderes estabelecidos, grupos e projectos de comunicação marginais, e a sociedade civil.

² A ter em conta que esta publicação foi obtida em formato digital .epub, e depois convertida para formato PDF, pelo que as páginas apresentadas podem não coincidir com a versão impressa da mesma obra.

Na linha do pensamento de Kovach e Rosenstiel está Jeffrey Alexander, um dos três coordenadores de “The Crisis of Journalism Reconsidered” (2016), que olha as metamorfoses no jornalismo e no mundo com esperança na capacidade de adaptação desta classe profissional. Tanto o é, que sublinha a relevância do jornalismo como sendo não só “informação”, mas um discurso, uma narrativa, com vital importância para a vida cívica:

“Just as news must be reconceived as discourse rather than information, so must the idea of an informed reader give way to interpreting audience. The civic impact of journalistic judgement has always involved performativity (Austin 1957; Alexander 2011). The cultural effect of a news story is mostly achieved by the very act of publishing it. If an audience of critical and influential citizens is presumed to be in place, then authoritative publication of critical news becomes a self-fulfilling prophecy. Members of the citizen-audience envision one another to be reading and deciphering the same journalistic judgement, and those in positions of social power are compelled to make the same assumption at the same time. «News becomes a theatre». Schudson (2010) observes, «regardless of whether the public audience is big or small.»” (p.21)

Até podem parecer estas anotações como senso comum, mas a realidade é que cada vez mais a informação, e por sua vez o jornalismo, afastam-se destes princípios que Kovach e Rosenstiel enumeram. Mas quando se altera de tal forma o paradigma em que o jornalismo opera - e não só o paradigma em que o jornalismo se insere - os próprios profissionais começam a perder de vista aquilo a que se comprometem quando se alistam nestas fileiras. E quando são os jornalistas quem começa a render as armas de que se munem, todo o cenário se altera.

Em “The Crisis of Journalism Reconsidered” (2016), Steen-Johnsen *et al* (pp.190-207) fazem uma análise do estado de espírito dos jornalistas noruegueses relativamente ao estado de espírito do jornalismo. As autoras identificaram, através de um questionário entregue a todos os jornalistas noruegueses registados na Norsk Journalistlag (Associação Norueguesa de Jornalistas), dos quais responderam 1613 profissionais (de um universo de 7446), os temas mais frequentemente identificados como sendo factores da crise no jornalismo. No entanto, destes 1613 inquiridos, 47,1% não consideram sequer que o jornalismo esteja “num estado de crise”. Uma das conclusões preliminares a que chegaram é que “as afirmações dos jornalistas largamente refletem um sentimento de incerteza dentro da indústria e que há uma rápida mudança em curso” (p.199).

“In the new century, one of the most profound questions for a democratic society is whether news can survive as a source of independent and trustworthy information, or whether it will give way to a system of self-interested propaganda, of citizens consuming information in narrow channels or “filter bubbles,” in which all claims are un-refereed and the loudest win. The answer will depend not just on the availability of reliable news but also on whether citizens learn to recognize which news is reliable; on what we demand of the news and those who produce it; whether we have the clarity and

conviction to articulate what an independent press means and whether, as citizens, we care.” (Kovach e Rosenstiel, 2016, p.9)

Conforme supracitado, a responsabilidade de uma informação de qualidade e da resistência à instalação de um sistema propagandístico autofágico passa também pela capacidade dos leitores de distinguirem o que é ou não de confiança, e exercitarem o mesmo espírito crítico de que falava Serrano. Ora, num nova era, em que tudo é mais fugaz, os princípios e valores do jornalismo de todos os dias, que listamos acima, teoricamente prevalecem. Mas os problemas também - com uma agravante: as falhas de ontem hoje agudizam-se. Acerca do jornalismo moderno, e como Galdón López (2001) lhe chama, “objectivista”, surgem sete efeitos desinformativos pela forma como ele é feito e apresentado:

- Uma visão parcial e superficial da realidade;
- Uma acumulação de factos sem sentido, redundantes, homogéneos, trivializados e fragmentados: “o reportório quotidiano de um meio de comunicação - para usar as palavras de García Gutiérrez e Lucas Fernández (1987) - é um inventário de notícias curtas e com pouco interesse, reproduzidas por clonagem noutros meios e abundantemente repetidas hora a hora e dia a dia, obrigando praticamente à sua aprendizagem ou preenchendo com dados triviais o mesmo e injustificado cabeçalho do dia anterior (p.32);
- Uma idolatria da actualidade;
- Uma visão artificial da realidade;
- A omissão do essencial e outras omissões: o autor argumenta que quando se faz um “relato factual, neutro, asséptico dos factos actuais que são notícia” omitem-se todas as coisas que dão corpo a uma história. “As paixões humanas, os anseios, (...) o próprio homem na sua ação livre, perde-se e dilui-se na simplificação materialista do jornalismo objectivista.”. O contexto em que surge a história, e o seu significado no devir histórico. “A informação pertinente e necessária sobre a gravidade óptica e moral desses acontecimentos. (...) Fomenta-se assim o relativismo o deixa andar, e a estupidificação dos cidadãos.”. Perde-se rasto ao desenvolvimento dos acontecimentos. E falta a “verificação crítica, por parte dos meios de comunicação, das afirmações realizadas pelos actores sociais e pelos poderes públicos”. “A informação sobre pessoas, grupos sociais, instituições, classes, etc., que não têm o poder e o dinheiro, ou a organização necessária, para se fazerem ouvir; e/ou trabalham em actividades que não pertencem ao circuito da imagem atraente ou espectacular; e/ou mantêm atitudes ou opiniões contrárias aos poderes dominantes.” (p.46);

- A sacralização da opinião;
- A verificação de um poder.

Agora que já compreendemos quais devem ser as funções de um jornalismo “objetivista”, “moderno”, “de qualidade”, ou qualquer outro adjetivo que queiramos impor-lhe, e quais são os processos pelos quais esse mesmo jornalismo se debilita a si mesmo, convém vermos, na prática, como é que estes valores e estes *handicaps* se atropelam.

Imaginemos o seguinte cenário. Uma fonte profissional (seja ela um gabinete de comunicação governamental ou de uma força policial, ou um assessor de imprensa de um escritório de advogados) lança uma nota de imprensa. Considerando os constrangimentos a que as redações estão cada vez mais sujeitas, não é permitido aos jornalistas investigarem e analisarem profundamente a nota de imprensa que lhes foi passada para a mão. Não têm tempo, nem têm recursos. Ela é tratada textualmente, e publicada. Está criada uma notícia, um naco de informação. Ou estará? A nota de imprensa dá conta de um determinado acontecimento dentro do organismo que a lançou, e que assegura que está tudo a correr dentro dos eixos e da melhor forma possível, com os devidos passos a serem dados para a modernização e inovação dessa estrutura (haverá discurso mais vago do que este?). Esta estrutura tinha interesse em que o público geral soubesse acerca destas circunstâncias, e os *media* acederam. A nota está publicada.

Mas e se a realidade não corresponder à nota de imprensa? E se onde se lê “modernização e inovação” se lesse rupturas internas? Isso não faz da nota de imprensa uma mentira, mas pinta os eventos de uma forma dissonante da realidade. Quando é publicada essa desinformação que parte da fonte profissional, ela é legitimada. É tornada um elemento informativo. É tornada verdade - a melhor ou a pior.

A isto pode chamar-se “jornalismo de comunicação”, como João Figueira analisa extensivamente no ensaio “O triunfo do jornalismo de comunicação ou a erosão de uma profissão em mudança” (2015). A par dos imensos constrangimentos a que profissionais da imprensa, redações e jornalistas estão sujeitos, prevalece a necessidade do imediatismo e da rentabilização comercial do produto informativo: “Atualmente, nos contextos organizacionais em que os jornalistas operam observa-se que a intensificação produtiva é comum à generalidade dos sectores industriais” (p.71). Com a ingerência nas redações por agentes comerciais, a popularização da dita “publireportagem”, o emagrecimento de salários e corpos redatoriais, torna-se difícil fazer mais jornalismo e menos comunicação - seja ela comercial, política ou publicitária.

Então, os jornalistas e os *media* assumem um papel de caixa de ressonância. Escreve Volkoff (1999) que “os *media* têm tendência a copiar-se uns aos outros, a falar «do que se fala», além de existirem jornais ou programas considerados os mais importantes e pelos quais os outros acertam o passo” (p.134). A desinformação parte de um “agente desinformador”, que pode ser o assessor ou porta-voz, que passa uma nota de imprensa ou confia uma informação a um jornalista, que em última análise legitima a desinformação que lhe é passada. O jornalista é caixa de ressonância dos poderes instituídos, e é caixa de ressonância dos outros meios de comunicação, num eco perpétuo de processos desinformativos.

Então, a transformação de “desinformação” em “informação” é na verdade muito rápida, enquanto que o processo inverso (de uma peça informativa que assume um papel desinformativo) é mais complexo. Volkoff explica que há sete formas de se apresentar um facto: “afirmado; negado; silenciado; aumentado; diminuído; aprovado; ou desaprovado”.

E há “doze modos profissionais de o fazer” (p. 141). Para o caso, iremos debruçar-nos sobre dois dos modos que o autor enumera: “partes desiguais” e “partes iguais” (p.143).

“Partes desiguais

A acusação contra o Sr. Fulano ocupará um minuto de televisão ou uma notícia breve de jornal, e os seus méritos serão louvados durante uma hora ou em toda uma página.

Esta desigualdade chega por vezes aos 100%. Por exemplo, não vi a imprensa dar o ponto de vista do Sr. Noriega no conflito americano-panamiano.

Paralelamente, os defensores da Sr^a Fulano só terão direito a expressar-se da forma mais breve possível. Cortam-se as suas intervenções, suprimem-se os seus artigos, mas mantém-se a sua participação nos debates para se parecer imparcial. Pelo contrário, será feito o máximo de barulho em torno do Sr. Fulano. Na desinformação, a quantidade vale. Suponhamos que um jornal publica correio dos leitores sobre o assunto: poderá ter recebido mil cartas de apoio à Sr^a Fulano, mas só publica uma; se receber dez cartas favoráveis ao Sr. Fulano publica-as todas.

Parte iguais

O método das «partes iguais» é sobretudo utilizado na última fase de uma operação de desinformação, quando a opinião pública já se tornou maioritariamente favorável à tese do desinformador e quando é preciso agir para, através da utilização do instinto gregário, se chegar à quase-unanimidade.

Retomemos o exemplo do correio dos leitores. Pretendendo-se o «objectivo», o jornal anunciará que reserva o mesmo número de linhas para a acusação e a defesa. Publicará as piores cartas acusadoras, as mais irritantes, provenientes de pessoas que sejam antipáticas ao público e, pelo contrário, divulgará as cartas de defesa mais persuasivas, vindas de personagens simpáticos.”

Como podemos constatar, pelo exemplo apresentado acima, ambos os processos são, para todos os efeitos, informativos. Estão a ser apresentados factos ao público, para que a sociedade civil possa saber como se posicionar relativamente ao conflito entre o casal Fulano. Mas o modo como a informação é tratada e apresentada, por muito “objectiva” que seja, estará sempre longe de pintar um quadro geral da situação relatada.

1.2. Desinformação

O conceito de “desinformação” conforme o conhecemos e discutiremos não é igual ao que era quando surge. Volkoff (1999) explica que o termo começa por surgir em russo (*dezinformatsiya*) logo após a Segunda Guerra Mundial, e tem um cunho de crítica às práticas capitalistas que visavam “a sujeição das massas populares” (p.23). Mais tarde, em 1972, o *Chambers Twentieth Century Dictionary* define-o como “fuga deliberada de informações enganosas”.

O autor refere um episódio com Pierre Debray-Ritzen e Jean Ferré, em 1982, quando conseguiram conceber uma possível definição para o conceito, que considera também uma filosofia: “Técnica que permite fornecer a terceiros informações gerais erróneas que os conduzem a cometer atos coletivos ou a difundirem juízos desejados pelos desinformadores” (p.23). Adiante, propõe uma outra definição, tão correcta e incisiva como a anterior: “A desinformação é uma manipulação da opinião pública para fins políticos através de informação trabalhada por processos ocultos” (p.31).

Quando se discute desinformação é importante também discutir o que é a propaganda e os seus efeitos. Considerando que ambas as práticas têm objectivos comuns, mas são operadas de forma diferente por atores semelhantes, é importante distingui-las, sem perder de vista quão próximas são.

“Mesmo quando mente, o que sucede frequentemente, a grande diferença em relação à desinformação é que a propaganda se apresenta a rosto descoberto.” (*ibid.*, p.25)

Volkoff também estabelece uma diferença clara entre publicidade, intoxicação e desinformação, sendo que a primeira opera ao nível do inconsciente e do irracional com o objectivo concreto de estimular o consumo, e a segunda tem como objectivo um estado-maior

ou grupo restrito de decisores políticos e militares, ao invés do que se dirige à opinião pública (pp. 27-31).

Então Volkoff estabelece três elementos que a desinformação pressupõe:

- “- uma manipulação da opinião pública, senão seria intoxicação;
- processos ocultos, senão seria propaganda;
- fins políticos, internos ou externos, senão seria publicidade;” (p. 31)

Então, no que diz respeito à forma como a desinformação actua, é importante olhar para a forma como ela trata os seus temas. Há várias estratégias: “não difundindo uma informação, ou difundindo uma informação incompleta, tendenciosa ou simplesmente falsa, ou saturando a atenção através de uma sobreinformação que faz perder o sentido do que é e não é importante, ou através de comentários orientados” (Volkoff, 1999, p.132).

A propósito da sobreinformação como estratégia para desinformar o público, Pascual Serrano escreve em “Desinformación: como los medios ocultan el mundo” (2009):

“La metodología para asegurar la sumisión incluye que el ciudadano crea estar adecuadamente informado mientras se le aportan palabras, imágenes y sonidos que no permiten comprender la realidad, debe creer que hay pluralidad y debate mientras la discusión se mantiene en los márgenes del pensamiento correcto; así se convencerá de que mediante la información se está formando una opinión propia sin apreciar que se la están esculpiendo bajo la apariencia de mensajes informativos.” (p.693)

Compreendemos, então, que a desinformação é praticada pelos meios de comunicação enquanto ferramenta operante de empresas e governos com interesses e objetivos políticos, e não comerciais ou militares. Não passa necessariamente pela mentira, mas antes pelo condicionamento do pensamento da massa da sociedade com recurso a estratégias como sobrecarga de informação, excesso de estímulos, inculir uma sensação de esclarecimento falsa, e recorrer a comentários orientados de “analistas” ou “peritos” que justifiquem determinada posição ou interesse, fazendo uso dessa figura de autoridade.

E como a desinformação actua sempre através de meios ocultos, como já vimos alguns, ela precisa sempre de um meio de comunicação social que lhe dê corpo e veracidade.

“Se presentan tipográficamente como noticias, poseen un titular aparentemente informativo, incluyen fragmentos en formato periodístico recogiendo declaraciones de fuentes identificadas y hasta aportan datos que les dan un pátina de objetividad y pluralidad. Sin embargo, están trufados de elementos de opinión camuflados, bien como comentarios de analistas que solo existen en la mente del redactor, o, en algunas ocasiones, deslizando párrafos de puro estilo editorial. El objetivo es que el ciudadano crea que está solo ante información neutra y que, si como consecuencia de su lectura,

llega a una conclusión parcial crea que es fruto de su propia deducción, y no sugerida por el medio.” (Serrano, P., “Periodismo Canalla”, p.36)

1.3. *Fake News*

As *fake news*, ou notícias falsas, não são uma invenção nova. Elas são tão antigas como a própria imprensa, mas nos últimos anos este conceito ganhou importância, e persistência na sociedade civil, especialmente após as eleições presidenciais americanas de 2016. Se quando falamos sobre desinformação, falamos sobre meios ocultos que manietam a opinião pública com recurso a informações tendenciosas, ou incompletas, ou simplesmente falsas, quando falamos sobre *fake news* o conceito é mais restrito. Porque a desinformação passa sempre por um filtro jornalístico que a valida enquanto “informação” legítima, as *fake news* entram na opinião pública galgando esse filtro.

“We define “fake news” to be fabricated information that mimics news media content in form but not in organizational process or intent. Fake-news outlets, in turn, lack the news media’s editorial norms and processes for ensuring the accuracy and credibility of information. Fake news overlaps with other information disorders, such as misinformation (false or misleading information) and disinformation (false information that is purposely spread to deceive people).

Fake news has primarily drawn recent attention in a political context but it also has been documented in information promulgated about topics such as vaccination, nutrition, and stock values. It is particularly pernicious in that it is parasitic on standard news outlets, simultaneously benefiting from and undermining their credibility.” (Lazer et al., “The Science of Fake News”, p. 1094)

No artigo “The Science of Fake News”, incluído na revista *Science* (edição de março de 2018, volume 359), os 16 autores que se debruçam sobre esta problemática oferecem uma sucinta e rápida explicação do que são *fake news*, e acrescentam que optam por manter este termo concreto pelo seu valor enquanto construto científico e pela sua relevância política, não obstante ele ser utilizada como arma de arremesso política.

Como vemos, os autores demonstram que as *fake news* se sobrepõem com outras “desordens informativas”, como é a desinformação. Mas uma e outra não são necessariamente iguais. As *fake news* surgem de pseudo-publicações e organismos que falsificam meios de comunicação social legítimos, de forma parasítica, como vemos na

citação acima, e beneficiam desse aspecto de legitimidade. Este *modus operandi* parasítico verifica-se tanto na construção de páginas web, como na criação de *handles* de Twitter que em muito se assemelham às de meios de comunicação legítimos, como até na linguagem utilizada. Se a nível da desinformação, e como Pascual Serrano demonstra, são “os meios contra a informação” que entram num processo editorial e auto-destrutivo da sua legitimidade, a nível de *fake news* é um fenómeno mais pernicioso, porque as histórias que estas plataformas parasíticas lançam para a rede são ostensivamente emocionais e falsas, com o objectivo de gerar comoção e motivar partilhas.

“There appear to be two main motivations for providing fake news. The first is pecuniary: news articles that go viral on social media can draw significant advertising revenue when users click to the original site. This appears to have been the main motivation for most of the producers whose identities have been revealed. The teenagers in Veles, for example, produced stories favoring both Trump and Clinton that earned them tens of thousands of dollars (Subramanian 2017). Paul Horner produced pro-Trump stories for profit, despite claiming to be personally opposed to Trump (Dewey 2016). The second motivation is ideological. Some fake news providers seek to advance candidates they favor. The Romanian man who ran endingthefed.com, for example, claims that he started the site mainly to help Donald Trump’s campaign (Townsend 2016). Other providers of right-wing fake news actually say they identify as left-wing and wanted to embarrass those on the right by showing that they would credulously circulate false stories (Dewey 2016; Sydell 2016).” (Alcott e Gentzkow, 2017, p.217)

Mas se a desinformação tem um objetivo estritamente político, os objetivos das *fake news* não são tão claros assim. Se é verdade que muitas das *fake news* que inundam as redes sociais têm temas políticos, e polarizam politicamente as pessoas, também é verdade que quem cria esse conteúdo falso tem muito a lucrar com as receitas publicitárias dos anúncios que tem nos respectivos sites.

Também é preciso considerar que, se antes o consumo de informação acontecia na esfera privada da vida dos cidadãos, hoje ela acontece de uma forma bastante mais pública graças ao advento das redes sociais, que são em grande medida um catalizador da viralidade de *fake news*. Estas ferramentas podem ser utilizadas por quantos tenham acesso a eles, independentemente das suas motivações ou posicionamentos socio-políticos. Podemos estar a falar de grupos de ódio (como frequentemente se verificam fóruns neo-nazis a espalharem histórias falsas no sentido de incitarem ódio popular às minorias que eles próprios odeiam, como pode ser), ou corporações e empresas (que podem lançar publicações ostensivamente falsas sobre os seus produtos, raiando o que chamamos de “publicidade enganosa”), ou até estruturas governamentais.

“The threat from government is no longer simply censorship— withholding information that is in the public interest. Using new technology, government has more and more tools to subvert the press by trying to supplant it with its own content while also censoring. That list of tools includes creating pseudojournalism in the form of faux news websites, video news releases, subsidies to “media personalities” willing to accept money to promote policy, and more. Government office holders, from the President to members of the local city council, now maintain their own direct channels to engage with the public, including offering the video feeds that generate the impression many official events don’t need to be “covered” by the press because they are already “public.” (Kovach e Rosenstiel, 2014, pp.15-16)

A ter em conta que a reedição deste livro data de 2014, dois anos antes de Donald Trump ser eleito e dotar estas palavras de todo um novo significado - mais premonitório que teórico, na verdade.

I.4. Contra-informação

É importante referir que “contra-informação” e “*media* radicais”³ ocupam espaços teóricos, físicos e políticos diferentes. Podemos dizer que a maioria da contra-informação existe dentro de *media* radicais, e que a maioria dos *media* radicais praticam alguma forma de contra-informação, mas elas não se sobrepõem perfeitamente.

Também podemos descartar o uso da expressão “*media* alternativos”, já que, como Downing (2001) denota, “tudo é, nalgum momento, alternativo a alguma coisa” (p. ix). Este autor de referência nos estudos sobre *media* radicais e contra-informação prefere, então, o uso da expressão “*media* radicais alternativos”, porque, explica, engloba o que há de vital nos adjetivos e missões:

“a) expressar oposição verticalmente desde os quadros subordinados, e directamente à estrutura do poder e contra o seu comportamento; b) construir apoio, solidariedade, e rede horizontalmente,

³ "By radical media, I refer to media, generally small-scale and in many different forms, that express an alternative vision to hegemonic policies, priorities, and perspectives." (Downing, 2001, p. v)

contra políticas ou mesmo contra a própria sobrevivência da estrutura de poder. Em qualquer circunstância, os propósitos verticais e laterais podem estar envolvidos.” (p. xi)

Para o caso, iremos debruçar-nos sobre a contra-informação contida em e produzida por *media* radicais alternativos, conforme o modelo teórico proposto por Downing, e que se pode descrever como sendo “relativamente livre da agenda dos poderes instituídos, e por vezes em oposição a um ou mais elementos dessa agenda” (p.8).

Victor Flusser (1982) apresenta uma proposta de análise do que é essa contra-informação produzida pelos *media* radicais alternativos, na óptica da criação cultural.

“Aparentemente, a contra-informação é considerada como sendo a informação contrária à veiculada por um sistema; ela seria a comunicação da notícia censurada pelo poder. Esta é, porém, uma visão académica e inexata. A contra-informação é a meu entender um novo ato cultural. Informar é dar forma, e dar forma, seja de coisas, pensamentos, emoções, é por definição cultura. A informação é, portanto, criação cultural, a contra-informação, nova criação cultural. (...) A contra-informação será assim a nova forma do sistema de informação, que será o reflexo da visão do mundo deste novo homem. (...) Resumindo: contra-informação é a revolução dos meios de comunicação de massa e a instauração de uma nova forma de comunicação, à imagem da cultura de um novo homem (...).” (p.160)

A par do que Flusser escreve em “A contra-informação como novo acto cultural”, Sónia Aguiar apresenta uma visão mais política do que é a contra-informação na sua comunicação de 2009 no I Colóquio Internacional Discurso & Media, em Salvador, no Brasil:

“Embora o termo «contra-informação» seja predominantemente usado por sites anarquistas, como tática intrínseca às suas ações políticas, também aparece no discurso de movimentos sociais que incorporam ideias libertárias e propostas emancipadoras não vinculadas organicamente a essa corrente ideológica. Tal discurso aponta para a invisibilidade de sectores subalternos ou anti-hegemónicos nos grandes media empresariais e para o seu silenciamento sobre certas questões que contrariam os interesses do grande capital, do pensamento neoliberal e de grupos de poder local, regional e nacional.”

Começamos a denotar, então, uma profunda ligação entre o que é a criação cultural e a resistência política, sob um conceito de “guarda-chuva” maior que é a “anti-hegemonia”, seguindo o pensamento de Gramsci.

“A estratégia de Gramsci para resistir, e eventualmente superar o poder da classe capitalista nas nações mais avançadas, e desse modo para democratizar profundamente essas nações, apoiava-se na

sua convicção da necessidade de desafiar e deslocar a dominância cultural e liderança (=hegemonia) das suas classes dominantes com uma coerente e convincente visão alternativa de como a sociedade se pode organizar sozinha.” (Downing, 2001, p.14)

Em “A contra-informação como ato cultural” Victor Flusser (1982, p. 159) arranca com um questão dicotómica acerca deste fenómeno: “A contra-informação é ela um elemento *do* sistema, ou é ela uma *oposição* a este sistema”.

Há uma discussão recorrente acerca do posicionamento da contra-informação relativamente ao sistema hegemónico. Afinal, ela é ou não um elemento integrante da hegemonia, que lhe existe como contrapeso, ou é absolutamente dissonante e exterior a ele? Ela enche as brechas que o sistema deixa, ou ela cria um sistema paralelo? Ou ambas?

Parece ser de uma ambiguidade terrível: “ou conosco, ou contra nós”, mesmo que o “conosco” seja opositivo. Parece não haver resposta correta para estes dilemas. Há, isso sim, múltiplas formas de olharmos o fenómeno da contra-informação. Enquanto nova criação cultural, como propõe Flusser (1982, p.160), ou enquanto “práticas de comunicação e militância política que resistem à ordem hegemónica e lutam pela instalação de uma nova hegemonia” (Fadul, 1982, p.36), ou até mesmo como sendo “a essência dos movimentos sociais” (Castells, 2012, p.21). Na obra “Redes de Indignación y Esperanza”, Castells (2012) demonstra alongadamente como foi através da estruturação de novos sistemas comunicativos que os cidadãos que deram corpo à Primavera Árabe conseguiram organizar-se. Podemos, em parte, considerar este um esforço de contra-informação porque atuou horizontalmente e não se fez depender de super-estruturas, nem depositou a menor confiança nos *media* institucionais, antes pelo contrário. Referindo-se ao caso egípcio, escreveu o autor:

"Al conectar las redes de contrapoder, los manifestantes adquirieron suficiente poder para inducir la desconexión entre las principales redes del poder, debilitando el sistema de dominación y haciendo de la violencia una forma cada vez más complicada de mantener el país bajo control." (p.92)

Não é possível olhar para a contra-informação enquanto processo ou fenómeno isolado das demais formas de informação e comunicação, ou mesmo da sociedade que ela se insira. Ela surge em contextos e partindo de necessidades específicas, como todos os movimentos sociais, e enquanto parte integrante e catalisadora dos mesmos.

1.5. Na era das redes sociais, sem filtros e sem controlo

Até há, talvez, vinte anos, seria mais simples analisar o percurso de um processo desinformativo, porque ele precisava sempre do cunho dos media para se legitimar. As relações eram mais lineares; virulentas, mas lineares. O quadro seguinte pretende fazer uma interpretação de como se processavam estas relações simbióticas, parasíticas e opositivas, e de como até hoje, académica e profissionalmente, estamos habituados a pensar nelas.

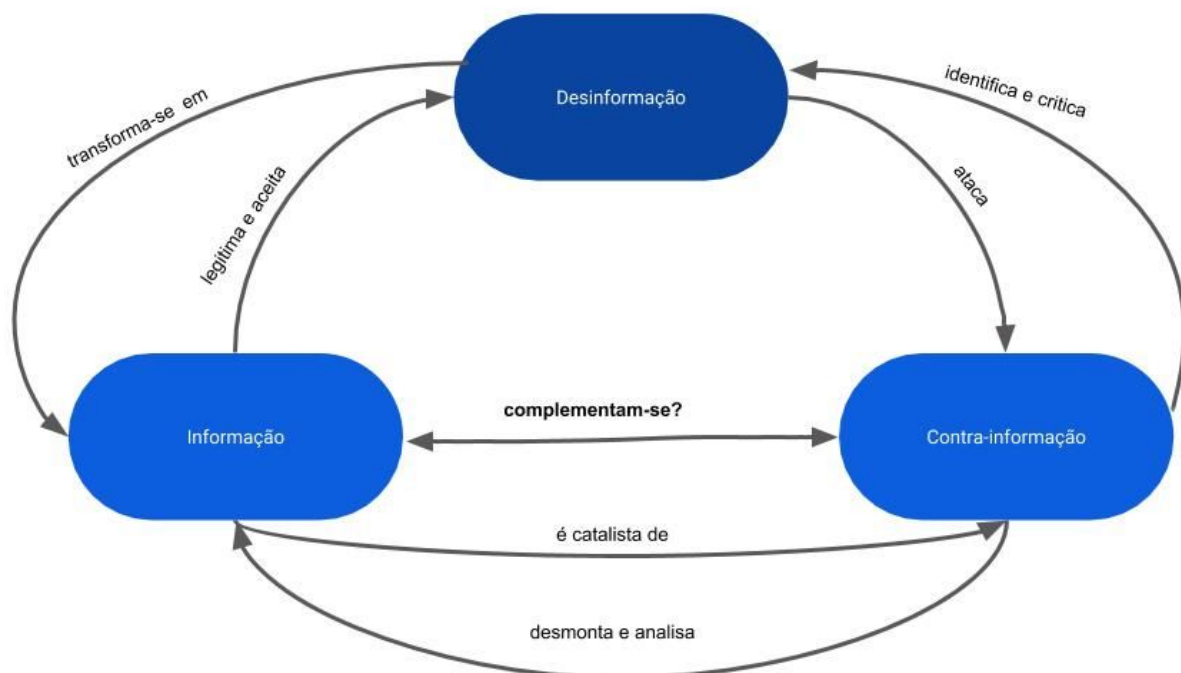


Figura 1 - Modelo relacional entre desinformação, informação e contra-informação. Autoria própria.

Pretende este esquema fazer apenas um esboço de como funciona(va)m as três estruturas de comunicação, e demonstra como eram necessariamente interdependentes. Os agentes desinformativos precisavam sempre dos *media* para serem legitimados, sempre tendo em conta o trabalho dos meios contra-informativos, assumindo uma posição hostil e de agressão (muitas vezes embarcando, de novo, em processos caluniosos e desinformativos):

“Quando se intente criminalizar a un colectivo o gobierno acusándole de agresor y violento, contrastésmolo con el concepto de violencia, como señala el zapatista subcomandante Marcos. Las personas que pasan hambre y frío y mueren por enfermedades curables padecen violencia por parte de los grupos dominantes o administradores públicos que no atienden esos derechos. Las políticas y acciones comunicativas que trabajen en la defensa de esos derechos y reivindiquen y justifiquen el levantamiento contra dichas políticas pueden ser legítimas. Y las estrategias de comunicación que, aunque bajo un discurso de paz, favorezcan la imposición de violencia del hambre, la injusticia y la desigualdad están cometiendo un delito criminal. Aunque parezca que los primeros defienden la violencia y los segundos, la concordia. Nada más lejos de la realidad.” (Serrano, P., 2009, p.666)

Os *media* aceitam as notas de imprensa e as jogadas ocultas dos agentes desinformativos e tornam-nas verdadeiras e legítimas, sendo que muitas vezes isso agia como catalizador do trabalho contra-informativo (na tentativa de reposição da verdade ou de desmontar esses processos ocultos referidos por Volkoff). Os meios contra-informativos estavam quase sempre dependentes dos *media* para terem acesso aos golpes da desinformação, porque nunca são os *media* alternativos e radicais que recebem as notas de imprensa de governos e empresas. Frequentemente, o único contacto que têm, é por via da agressão e do escrutínio. Ainda assim, quando o trabalho dos *media* mainstream e dos meios radicais alternativos se complementa, podemos sim ter acesso a informação crítica e completa.

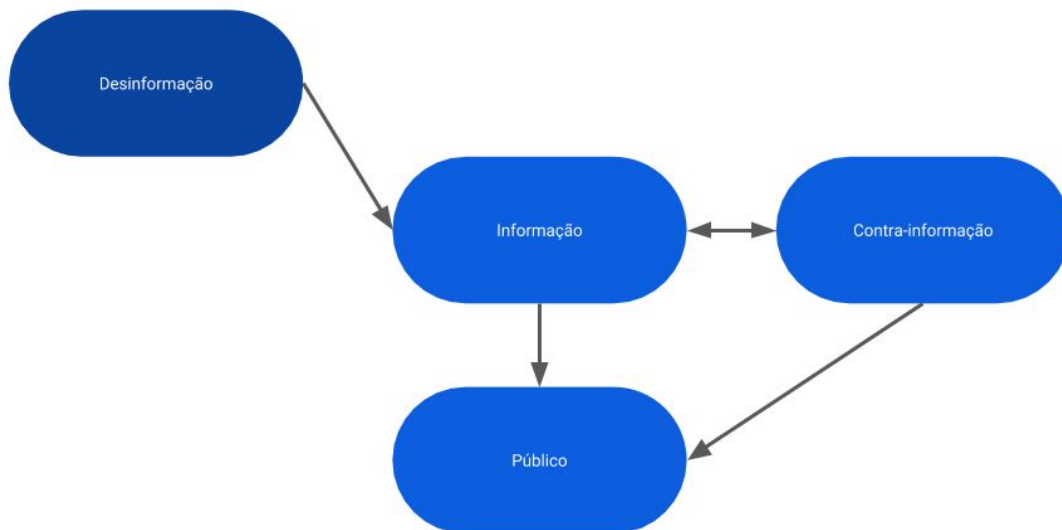


Figura 2 - O percurso da desinformação até chegar ao público. Autoria própria.

Os processos desinformativos tinham necessariamente que passar pelo filtro dos *media* antes de chegarem ao público, o que, nalgumas instâncias, permitia algum controlo de danos. Os meios contra-informativos e os *media* vivem numa relação simbiótica, mas os primeiros não precisam dos segundos para chegarem às pessoas.

Na era do Twitter e do Facebook escapar a estas plataformas raia o impossível. E estes três elementos dependem do uso das redes sociais para funcionarem e se fazerem ouvir. Mas foi do lado dos agentes desinformativos que surgiram os atores mais perniciosos e mais perigosos para uma adequada co-existência, e que desequilibrou as balanças do poder e contra-poder. Na sociedade em rede que Castells conceptualiza (2011), os filtros e o *gatekeeping* que os meios de comunicação social impunham, muitas vezes provocando a chamada “espiral do silêncio”, tornam-se obsoletos - a teoria da “espiral do silêncio” desenvolvida por Elisabeth Noelle-Neumann na década de 1970, na Alemanha, irá ser recuperada de novo mais adiante, quando discutirmos a criação de bolhas nas redes sociais. Mas, como argumenta John Pavlik em “Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital” (2014), a alteração do paradigma dos *media* para uma super-estrutura ubíqua, que interliga cidadãos, governos, corporações e *media*, alterou também a função dos jornalistas, já que para além de a função de *gatekeeping* estar comprometida, o jornalista assume cada vez mais um papel de triagem e observação, o que facilita a atuação das *fake news*:

“Para as organizações noticiosas, uma nova função tem emergido, a de *gatewatcher*. O pesquisador Axel Bruns (2003) introduziu este termo para descrever o novo papel colaborativo do jornalismo em rede. Na era das redes ou da conexão, o jornalista atua com frequência menos como um tradicional *gatekeeper* e mais como aquele que examina os fatos para avaliar sua veracidade e boa fé, como um autenticador dos jornalistas cidadãos e curador do que é reportado nas redes sociais.” (p.168)

Com as *fake news* o processo altera-se. É uma torrente informativa que assola o público e os processos de desinformação já não precisam do filtro dos *media* para se consumarem. Antes pelo contrário. Hoje, uma história de *fake news* pode ditar a ordem do dia nas redações, que correm atrás das publicações de Twitter e Facebook sem obrigarem os agentes desinformativos a prestarem contas aos que devem ser “os cães de guarda” da democracia. É nestas alturas que os jornalistas, que deveriam “guardar o portão”, ou pelo menos “observá-lo”, soltam o portão e vão a correr atrás do que quer que seja que escancarou as portas que deveriam proteger. Como um cão-pastor que corre com as ovelhas que deveria proteger atrás de um qualquer estímulo que ele próprio não identifica bem. O trabalho dos

meios contra-informativos só se complica, mas deixa de estar dependente dos *media* para o fazer, assumindo uma postura ainda mais crítica e radical.

Ora, considerando as restrições a que estão cada vez mais sujeitas as redações dos órgãos de comunicação social, e com a crescente pressão da velocidade e do minuto-a-minuto, os jornalistas e redatores veem-se na (im)posição de darem voz a estas histórias de *fake news*. Para estarem a par e passo das redes sociais, e da sede de informação dos leitores, são reproduzidas histórias sem dar espaço à verificação dos factos e das afirmações, que podem vir de uma conferência de imprensa ou de uma publicação no Twitter.

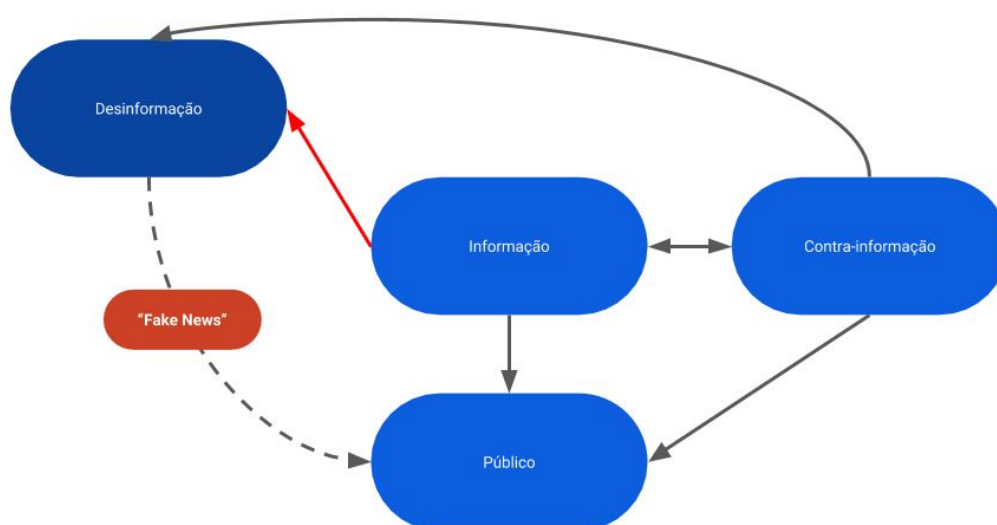


Figura 3 - O novo percurso da desinformação, através das *fake news*, até ao público. Autoria própria.

A título de exemplo, um dos mais gritantes, de facto, reporta-se a 21 Janeiro de 2017, quando o antigo Secretário de Estado da Imprensa norte-americano, Sean Spicer, afirma que a primeira aparição pública do presidente Donald Trump foi a que mais gente atraiu a Washington, de todas as “inaugurações presidenciais”. Rapidamente, esta afirmação foi desmentida com imagens aéreas da multidão, e com os dados da Washington Metropolitan Area Transit Authority, que comprovou que na primeira inauguração de Barack Obama esteve mais de um milhão de pessoas nos jardins do Capitólio, em Washington, enquanto que na de Donald Trump terão sido menos de 600 mil pessoas.

No dia seguinte, na NBC, a Conselheira do Presidente estadunidense Donald Trump, Kellyanne Conway, nega reconhecer que os dados que Sean Spicer apresentou ao público

eram falsos, e cunha-os de “factos alternativos”. Dias depois, a mesma conselheira fala em entrevista à revista *Cosmopolitan* (e mais tarde ao canal MSNBC) num massacre terrorista que terá tido lugar nos Estados Unidos em 2011, o “Bowling Green Massacre”, que na realidade nunca aconteceu, como justificação para a medida de proibição de atribuição de vistos a pessoas de determinados países do Médio Oriente. Quando confrontada com a realidade acerca de Bowling Green, que foi tão somente a detenção de dois homens iraquianos, acusados de tentarem provir de material e dinheiro grupos terroristas no Iraque, Conway manteve a sua posição e sublinhou de novo a expressão “factos alternativos”.

Ora, durante dias que se seguiram após estas afirmações - tanto de Spicer como de Conway - os *media mainstream* inundaram-se de painéis de comentário acerca destas afirmações, verdadeiras ou não, e não foi deixado muito tempo de antena para a discussão sobre a proibição da atribuição de vistos a pessoas da Líbia, Irão, Somália, Síria, Iémen, Coreia do Norte e Venezuela. Mesmo que as *fake news*, ou “factos alternativos”, não tenham partido de sites perniciosos que se mascararam de fontes fidedignas, a verdade é que as mentiras foram agarradas pelos *media mainstream* e fizeram eco delas - mesmo que tenha sido para as desmontar e discutir. Não obstante, a ideia do “Massacre de Bowling Green” permaneceu.

Este é um novo modelo, um novo *status quo*, em que nos inserimos e com que nos confrontamos. Nos últimos anos têm ganhado relevância múltiplos projectos de “verificação de factos”, como o Snopes (nascido em 1994) ou o Politifact (surgido em 2007), que cada vez mais assumem um papel contra-informativo e de reposição da verdade. Neste contexto, torna-se relevante analisar e compreender quais são os mecanismos pelos quais as *fake news* actuam, dadas as novas ferramentas de que estão dotadas, quais são os seus objectivos, e as suas consequências.

2. Desinformação e *fake news*: coisas velhas em tempos novos

Depois de vermos de forma abrangente o que são os conceitos de “desinformação” e “*fake news*”, centrais nesta dissertação, é importante olharmos também para outras ideias que orbitam em torno destes conceitos. Como já verificámos no capítulo anterior, as noções de “propaganda”, “relações públicas”, “fabricação de consentimento” e “opinião pública” estão latentes em toda a análise, e elas tornam-se particularmente relevantes quando falamos de processos desinformativos ou “desordens informativas” (Lazer *et al.*, “The Science of Fake News”, p. 1094). Também constatamos que autores como Chomsky usam a expressão “propaganda” no lugar de “desinformação”, e que apesar de serem conceitos que encontramos num mesmo campo teórico, com interesses e objectivos semelhantes, são necessariamente diferentes. Portanto, urge analisarmos estes três conceitos periféricos, sob a perspectiva dos processos desinformativos, e como a compreensão dos mesmos fenómenos é importante para um adequado combate a esses processos.

2.1. O terreno fértil de actuação da desinformação e das *fake news*

2.1.1. Propaganda e relações públicas

Serão dois conceitos que, não tendo uma imediata conotação um com o outro pelas respectivas cargas simbólicas, estão simbioticamente ligados. De jeito introdutório, podemos recuperar a caracterização de Bernays (1928, p.20): “A propaganda é o braço executivo do

governo invisível. (...) O mecanismo pelo qual as ideias são disseminadas em larga escala é a propaganda, no sentido lato de um esforço organizado para espalhar uma doutrina ou crença específica”. Já Lippman, contemporâneo de Bernays, acrescenta: “Mas o que é a propaganda, se não o esforço de alterar a imagem à qual os homens respondem, de substituir um padrão social por outro? O que é a consciência de classe se não uma forma de perceber o mundo?” (1922, p.26).

Ora, compreendemos que a propaganda atua sobre o público e a sua opinião, sobre o seu sistema de crenças e ideologias. E acrescenta Bernays (1928): “Estou consciente de que a palavra «propaganda» traz à mente uma conotação desagradável. Ainda assim, de qualquer forma, se a propaganda é boa ou má depende do mérito da causa por que advoga, e a correção da informação publicada.” (p.20).

As palavras que Bernays escreve situam-se antes da explosão da Segunda Grande Guerra, e do surgimento do Ministério da Propaganda de Goebbels, na Alemanha Nazi, que para sempre cunhou esta palavra de uma carga simbólica muito mais pesada do que Bernays lhe atribuía; 50 anos antes do pico da Guerra Fria; quase 70 anos antes da explosão da internet conforme a conhecemos, e 80 anos antes da instalação das redes sociais como factor inalienável das nossas vidas. E, ainda assim, são tão verdadeiras como se tivessem sido escritas ontem.

Também é preciso considerar que este autor, Edward Bernays, tinha uma visão um tanto ou quanto elitista relativamente ao público, e integrou a Comissão Creel - uma comissão independente nomeada pelo governo estadunidense entre 1917 e 1919 para incitar o público desse país a que apoiasse a participação norte-americana na Primeira Grande Guerra. Ora, Bernays era um perito na aplicação e criação da propaganda, porque ele próprio a entendia como sendo uma ferramenta positiva para o controlo populacional.

A propaganda é, então, um sistema de “propagação de fé”, como Bernays chegou a descrever, que está profundamente imbuída de crenças e posicionamentos políticos que se encaixem no pretendido pelo poder hegemónico. Seja ela propaganda pró-guerra, ou anti-comunista, ou contra uma determinada minoria étnica ou sexual, a propaganda tem efeitos a nível da coesão social e da construção da opinião pública: “A propaganda moderna é um esforço consistente e contínuo para criar ou moldar eventos que influenciem a relação do público com um empreendimento, ideia, ou grupo.” (Bernays, 1928, p.25).

A propaganda atua de forma ostensiva e pública, ao contrário da desinformação, como Volkoff demonstra no Capítulo anterior. Tem objetivos políticos e ideológicos, e tende a recorrer a apelos emocionais e atávicos para persuadir os seus espectadores. Podemos pensar

na campanha britânica durante os bombardeamentos nazis em Inglaterra que apelava à calma da população, “*Keep calm and carry on*”, ou numa das campanhas da ditadura militar brasileira, que dizia “Brasil: ame-o ou deixe-o”.

De forma mais próxima, poderemos pensar os sete cartazes editados em 1938, em Portugal, de uma série intitulada “A Lição de Salazar”, do qual se destaca o último: “Deus, Pátria, Família: a Trilogia da Educação Nacional”, em que figura uma família conforme idealizada pelo salazarismo. Um pai orgulhoso que regressa do trabalho no campo com uma sachola ao ombro, uma mãe submissa que se dedica aos afazeres domésticos, uma filha que se entretém com bonecas e loiça de brincar, e um filho com o uniforme da Mocidade Portuguesa, enquadrados num cenário doméstico humilde, com o crucifixo a assumir o lugar central, e uma janela por onde espreita um castelo com a bandeira portuguesa a ondear ao vento.

Esta série de cartazes tinha como principal palco de exposição as escolas públicas e os manuais escolares, a que todas as crianças eram expostas, como ferramenta de inculcação dos valores ideológicos do Estado Novo. Durante anos estas pinturas propagandísticas persistiram nas salas de aula, e serviam como estratégia propagandística.

Mas nem só em regimes ditatoriais ou países em guerra surgem manobras de propaganda, como Chomsky demonstra extensivamente na obra “*Manufacturing Consent*” (1988), com recurso a exemplos de propaganda estadunidense, tenha sido durante a Guerra do Vietname ou mesmo o golpe militar da Nicarágua, para que se persuadisse o público a apoiar as manobras estatais contra estes países, mesmo que não fossem assumidas enquanto tal. A propaganda surge, principalmente, em períodos de crise - moral, social, económica, etc. - e pode assumir muitas formas e plataformas.

Certo é que é em regimes ditatoriais que vemos fenómenos propagandísticos exponenciais a tomar lugar. Poder-se-á falar sobre propaganda em regimes democráticos? Sem dúvida. De novo, sublinha-se: a propaganda pode assumir muitas formas. Se é certo que um jornalismo de qualidade é uma peça vital de uma sociedade democrática saudável, certo é também que os próprios meios de comunicação em que o jornalismo se faz por vezes tornam-se ferramentas propagandísticas de grupos de interesses privados, de executivos com interesses dúbios, de corporações, de lobbies, etc. Com uma diferença fulcral, e grave: não é assumido enquanto propaganda. De facto, repudia-se essa ideia. Poderemos considerar, por exemplo, o espectáculo mediático que se criou em Génova, aquando da reunião do G8 em 2001.

Renato Teixeira, licenciado pela Universidade de Coimbra em Jornalismo, estudou amplamente este fenómeno no seu ensaio “Ardinas da Mentira”, editado pela Dinossauro Edições em 2007. Escreve:

“Se, do ponto de vista dos acontecimentos, importa saber até onde foi a repressão, a radicalidade do movimento e a agenda do G8, do ponto de vista da história importa perceber como se organiza a propaganda do Estado e dos seus representantes, bem como as novas formas de comunicação, que surgem no húmus da censura.” (p.21)

Ao longo de quase 50 páginas, Teixeira analisa aprofundadamente o discurso de dois jornais diários portugueses e oito canais de televisão (portugueses e estrangeiros) acerca dos espectaculares protestos que engoliram Génova durante os quatro dias que durou a reunião do G8. De salientar que estes dias ficaram conhecidos como “Batalha por Génova”, e ficaram marcados por violentíssimos protestos, mais violentas ainda cargas policiais, o homicídio de um manifestante às mãos da polícia, e um brutal episódio de tortura na Escola Diaz. O autor deixa claro que foi dado especial destaque às ações de violência de alguns grupos isolados de manifestantes, e menos à indizível violência policial que marcou os protestos de igual forma. Argumenta Teixeira que isto é, em si mesmo, uma forma de propaganda. Ao direcionar os olhares do público para a violência dos manifestantes, há espaço para que surja simpatia para com as forças opressivas e mesmo o próprio G8. Ficamos com um pensamento do autor:

“De Génova, além do que a cobertura mediática revelou ficam, acima de tudo, muitas mentiras forjadas e outras tantas verdades por contar... De Génova, fica a certeza da força dos que exigem um mundo novo... De Génova fica a clara noção de que não foram os desobedientes os terroristas, mas antes os Estados democráticos a impor o terror na memória de todos.” (p.42)

Génova foi, em si mesma, uma manobra propagandística do Estado italiano, anfitrião da reunião do G8 - um regime democrático, inserido na União Europeia. Itália, em 2001, não era um país em guerra. Génova, no entanto, foi um episódio de crise. Serviram os exercícios de propaganda do Estado italiano - e também de meios de comunicação portugueses alinhados com a agenda do G8 - para denegrir as ações anti-capitalistas e anti-globalização que encheram as ruas de Génova. Ao explicar a aplicação dos mecanismos de manipulação de J. Monnerot (pp.43-50), que em muito se assemelham aos princípios da desinformação explicados por Volkoff, Teixeira deixa inequivocamente claros quais os propósitos políticos deste exercício de propaganda.

Mas nem só de Génova podemos falar. Manuel Castells, cuja obra já foi referida anteriormente, faz uma profunda análise de como as ferramentas de comunicação da nova era

- nomeadamente as redes sociais e as redes inalámbricas dos telemóveis - foram utilizadas para combaterem poderes estabelecidos, apresentassem-se eles como democráticos ou não. A propósito do movimento 15-M, ou “As Indignadas” da Porta do Sol, em Madrid, escreveu:

“Los medios de comunicación nacionales e internacionales informaban sobre el movimiento, si bien solían dar interpretaciones sesgadas. La policía intentó desalojar a los ocupantes dos veces sin conseguirlo. La Junta Electoral Central declaró ilegales las ocupaciones, ya que interferían con la «jornada de reflexión» establecida por ley antes de las elecciones. Sin embargo, en las dos ocasiones en que hubo una amenaza contra los espacios ocupados, acudieron miles de personas, impidiendo la acción policial. Los partidos políticos tenían presentes las consecuencias adversas de sus perspectivas electorales si participaban en operaciones policiales generalizadas, por lo que las ocupaciones continuaron tal como decidieron las asambleas, más allá de la jornada electoral. El movimiento había cobrado vida por su cuenta.” (p.118)

Pelo poder que Bernays, e tantos outros autores, reconhecem que a propaganda tem, urge o surgimento de uma classe profissional que se dedique exclusivamente a operar este mecanismo de controlo populacional. Surge então a “indústria das relações públicas”, conforme introduzida por Lippman (1922). Ao longo da sua obra, este autor vai deixando múltiplas sugestões acerca do que ele entende como sendo a necessidade de “agentes de imprensa” (a que hoje chamamos assessores), que pré-organizem a informação que chega aos jornalistas. Pela colossal quantidade de eventos que tomam lugar no mundo, de histórias que acontecem, é literalmente impossível dar conta de tudo isto ao público geral. Para um primeiro processo de filtragem, então, seriam importantes estes agentes de imprensa.

“Esta é a razão subjacente à existência do agente de imprensa. A enorme discrição acerca de que factos e impressões serão relatados está firmemente a convencer todos os grupos de pessoas organizados que quer queiram essa publicidade ou evitá-la, o exercício dessa discrição não pode ser entregue ao repórter. É mais seguro contratar um agente de imprensa que se coloque entre o grupo e os jornais.” (Lippman, 1922, p.344)

Também por isso Lippman reconhece que os próprios agentes de imprensa são em si próprios censores. Mas considera que, de facto, a existência deste agente facilita e agiliza o trabalho de um repórter: “Ao fazê-lo, ele certamente poupa muito trabalho ao repórter, ao apresentar-lhe uma imagem clara da situação acerca da qual ele poderia não entender coisa nenhuma.” (p.344). Ora, este autor identifica este exercício (empregador - agente de imprensa - repórter) como sendo um de absoluta simbiose, quase como uma coreografia, paritária, até, os outros dois autores que discutimos nesta fase não o encaram da mesma forma. Se Bernays acredita que as pessoas públicas (ou seja, quem surge perante nós através dos media) são manietadas por terceiros que estão “atrás das cenas”, Chomsky (2003) defende o contrário:

que quem trabalha a propaganda é tão somente uma ferramenta dos decisores, mesmo que estes segundos não surjam publicamente.

Para clarificação, seguem as seguintes citações, encadeadas entre si, que demonstram o posicionamento destes dois autores, e como, ainda que separados por 70 anos, as ideias de um e outro se complementam para demonstrar como funciona e para que serve essa tal “indústria das relações públicas”:

“Há líderes invisíveis que controlam o destino de milhões. Não é geralmente perceptível até que ponto as palavras e acções dos nossos homens públicos mais influentes são ditadas por pessoas sagazes que operam atrás das cenas.

Nem, mais importante ainda, até que ponto é que os nossos hábitos e pensamentos são modificados pelas autoridades.” (Bernays, 1928, p.33)

“As pessoas que trabalham na indústria das relações públicas não estão aí para se divertirem. Estão a trabalhar. Estão a tentar induzir à aceitação dos verdadeiros valores. Na realidade, têm uma concepção do que deve ser a democracia: um sistema em que a classe especializada esteja treinada para trabalhar ao serviço dos senhores, das pessoas que dominam a sociedade.” (Chomsky, 2003, p.28)

“O conselheiro de relações públicas, então, é o agente que, trabalhando com os meios modernos de comunicação e as formações grupais da sociedade, traz uma ideia de consciência ao público. Mas ele é bastante mais do que isso. Ele está preocupado com vias de acção, doutrinas, sistemas e opiniões, e assegurar o apoio da opinião pública para elas.” (Bernays, 1928, p.38)

Bernays, tal como Lippman, argumenta que o papel do profissional das relações públicas, ou da propaganda, tem acima de tudo de saber ler as vontades do público, pelo menos no que ao negócio diz respeito. Demonstra como a exploração da necessidade de pertença grupal é uma das constantes no trabalho publicitário, como todas as pessoas precisam sempre de se sentirem parte de algo ou de um grupo. Orwell explica essa necessidade atávica no início da sua obra-prima “Mil Novecentos e Oitenta e Quatro”:

“O que tinham de horrível os Dois Minutos de Ódio não era a obrigatoriedade de cada qual representar um papel, mas, pelo contrário, o facto de ser-se impossível não participar. Um êxtase de medo e vingança, um desejo de matar, de torturar, de esmagar rostos com um malho, parecia percorrer todo aquele grupo de pessoas como uma corrente eléctrica, convertendo cada um dos presentes, mesmo contra vontade, em lunático ululante e de face contorcida.” (p.20)

Esta necessidade de pertença grupal irá ser explorada mais adiante, quando se discutir a “fabricação de consentimento” de Lippman analisada por Chomsky, mas, para já, compreendemos como a propaganda e as relações públicas têm uma relação fusional: nem

todo o trabalho de relações públicas é propaganda, mas todo o trabalho de propaganda exige relações públicas. Eventos de caridade ou mesmo ações de saúde pública podem exigir trabalho de relações públicas, para convencer a massa da sociedade a participar num dado movimento, seja ele de doações de dinheiro e recursos, ou uma ação de vacinação profilática. Não significa isto que seja propaganda, não necessariamente, mas exige trabalho de relações públicas.

Agora que compreendemos a simbiose entre e um outro conceito, urge perceber em que planos estes dois sistemas actuam a nível da opinião pública e da mente grupal.

2.1.2. Opinião pública e fabricação de consentimento

A conceito de “opinião pública” é amplo, e difícil de definir, conforme demonstra Bernays em “Crystallizing Public Opinion” (1961). Sendo que, fundamentalmente, a opinião pública é tão somente a fusão das vontades individuais das pessoas que compõem um grupo social (1961, p.61), que se influenciam entre si, são influenciadas pelos meios de comunicação e que, por sua vez, exercem influência sobre os meios. Há visões bastante antagónicas sobre a questão desta influência mutuamente exercida, que Bernays expõe de forma bastante clara na sua obra, indo de Lippmann a Martin, que demonstram claros choques acerca destes exercícios de influência entre um e outro mecanismo - público e meios.

“Há uma divergência de opinião sobre se a mente do público é maleável ou teimosa - se é um elemento passivo ou activo. Por um lado está a profunda crença de que «não se pode mudar a natureza humana». Por outro lado está a igualmente firme afirmação de que certas instituições bem definidas modificam e alteram a opinião pública.” (Bernays, 1961, p.69)

Ora, a opinião pública pode ser categorizada, partindo da leitura das obras de Bernays (“Propaganda”, 1928, e “Crystallizing Public Opinion”, 1961) e de Chomsky (“Manufacturing Consent”, 1988), como o conjunto de sistema de crenças, opiniões e estereótipos partilhados pelo conjunto da grande massa da sociedade. Não se inserem aqui alguns grupos marginais ou marginalizados pelos próprios meios de comunicação, como podem ser minorias étnicas ou políticas, que em si mesmos desconfiam do que encontram nos media. Recuperamos uma outra citação de Bernays, na língua em que é escrita originalmente, à falta de termos portugueses que lhe equivalham: “Public opinion is a term describing an ill-defined, mercurial and changeable group of individual judgements.” (1961, p.61). A

opinião pública é em si mesma um organismo vivo, composto por um conjunto de células autónomas que se movem colectivamente.

Já Lippman tem uma perspectiva muitíssimo mais elitista acerca do fenómeno da opinião pública, chegando até a distinguir “opiniões públicas” de “Opinião Pública”: “As imagens dentro das cabeças destes seres humanos, as imagens de si próprios, dos outros, das suas necessidades, propósitos, e relações, são as suas opiniões públicas. As imagens segundo as quais agem os grupos de pessoas, ou indivíduos que agem em nome de grupos, são Opinião Pública com letra maiúscula.” (p.29). Tanto Bernays como Lippman situam-se em espectros políticos bastante próximos, com o segundo a assumir uma postura bastante mais neo-liberal e crítica de movimentos como o anarquismo e o marxismo (sem deixar de lhes reconhecer argumentos válidos) do que o primeiro. Daí, provavelmente, o discurso que Lippman apresenta acerca das massas - “A massa de indivíduos absolutamente iletrados, fracos de espíritos, grosseiramente neuróticos, desnutridos e frustrados, é muito considerável, bastante mais considerável do que o que geralmente supomos.” (1922, p.75) - ser paternalista e condescendente, com a separação entre uma coisa do homem comum, as suas opiniões públicas, e uma coisa quase mística, que é a Opinião Pública. Há que deixar claro, desde logo, que esta dissertação assume uma postura quase antagonicamente oposta à de Lippman no que à sociedade civil diz respeito.

Aqui temos de considerar as circunstâncias psicossociais em que se organiza a nossa sociedade, e a necessidade de um sentimento de pertença já discutido no Capítulo 4 desta dissertação. As teorias de comportamento grupal, amplamente estudadas pela psicologia social, tornam-se relevantes nesta fase da análise. Para não mergulharmos demasiado profundamente nesta questão do comportamento de grupo e de manada, como Bernays escreve, fazemos uso de uma citação que este mesmo autor utiliza na sua obra (1961, p.99): “A multidão é essa condição mental peculiar que por vezes ocorre quando as pessoas agem e pensam juntas, seja imediatamente onde os membros do grupo estão presentes e em contato próximo, como quando se afectam mutuamente de uma certa forma através de uma organização, um partido ou seita, da imprensa, etc.”. Esta lógica de multidão exacerba comportamentos e reforça estereótipos, sejam eles bons ou maus, independentemente do nosso posicionamento moral. As multidões provocam e exigem uma homogeneidade, que não tem em consideração os posicionamentos individuais de cada pessoa que compõe esse mesmo grupo.

"Um dos resultados psicológicos da homogeneidade é o facto de que a solidão física é um autêntico terror para o animal gregário, e que a associação com a manada cria um sentimento de segurança. No homem, este medo de solidão cria um desejo de identificação com a manada em

termos de opinião. É aqui, diz Sr. Trotter, que encontramos «o irradicável impulso que a humanidade tem demonstrado relativamente à segregação em classes. Cada um de nós, nas suas opiniões e condutas, em termos de diversão, religião, e política, é levado a obter o apoio de uma classe, de uma manada dentro da manada»." (Bernays, 1961, p.106)

Ora, é fazendo uso desta necessidade de pertença e deste medo da solidão que os agentes da opinião pública actuam. E de uma forma mais perniciosa e obscura, é assim que se constrói a “fabricação do consentimento”. A fabricação de consentimento é um complexo processo que surge muito mais pela permanência da “espiral do silêncio” do que propriamente pela propaganda violenta e ostensiva. Quer Chomsky dizer com isto que o público (leia-se, a sociedade) é levado a crer que se toda a gente pensa de determinada forma, então isso deve querer dizer que essa é a forma correta de pensar.

Isto acontece pela utilização de técnicas desinformativas, como as que Volkoff analisa extensivamente. Se determinado indivíduo não vê em nenhum momento as suas crenças ou ideias refletidas naqueles que são os meios de comunicação de massa mainstream, nem se vê espelhado na estrutura da opinião pública, ele vai sentir-se isolado e sozinho.

Aqui, temos de compreender a unilateralidade em que funciona o actual esquema comunicacional dos meios de comunicação de massas, que, em última análise, isola cada um de nós. Flusser (1982) caracteriza-o como partindo de um emissor central para um rede de receptores, que não se veem dotados de capacidade de resposta às informações que recebem. A única forma de feedback possível restringe-se “à dimensão quantitativa do consumo da informação” - ou seja, se a mensagem recebida não for do agrado do receptor, ao invés de uma resposta articulada ou uma reacção proporcionada, o receptor limita-se a consumir menos informação vinda daquele emissor em específico. Naturalmente, este sistema cria receptores silenciosos. E, conseqüentemente, irresponsáveis. Não tendo a responsabilidade de articular uma resposta, caem num “silêncio cultural (a cultura do silêncio de Paulo Freire), um silêncio normalizador (ausência de todo ruído), um silêncio submisso” (ibid.). Este silêncio e a esta irresponsabilidade são, portanto, as primeiras conseqüências deste esquema de comunicação.

Subseqüentemente, o receptor é transformado numa coisa, num objecto. Um receptáculo vazio. “Pela própria terminologia empregada, receptor, a sua coisificação evidencia-se”, continua Flusser (1982). A sua função é tão somente receber a informação, e não fazer alguma coisa dela, tal como um buraco de golfe se limita a receber a bola. É aqui que entra o processo de marginalização de que fala Chomsky (1988 e 2003).

“Todavia, enquanto as pessoas estiverem marginalizadas e entretidas, e não tiverem maneira de organizar ou de articular os seus sentimentos, as pessoas que dizem preferir os gastos sociais às despesas militares e que exprimiram essa opinião nas sondagens, como esmagadoramente fizeram, concluíram ser as únicas pessoas com essa ideia louca metida na cabeça. Jamais alguém disse isso. Não é suposto alguém pensar isso. Portanto, se alguém tem essa opinião e se a exprime numa eleição, admite ser uma espécie de iluminado. Uma vez que não há maneira de contactar com outras pessoas que partilham ou reforçam essa opinião e ajudam a articulá-la, as pessoas sentem-se uma espécie de excêntricos, uns palermas. Assim, limitam-se a conservarem-se afastadas e a não prestarem qualquer atenção ao que se passa.” (2003, pp.34-35)

É neste fértil terreno que se cria o espaço para actuarem os processos desinformativos de que fala Volkoff, e onde se criam as bolhas psicossociais em que espalham as *fake news*. Sobre estas bolhas iremos discutir mais adiante, mas para efeitos de análise do que são estas “coisas velhas em tempos novos”, a desinformação e as *fake news*, é neste ponto que nos situamos.

2.2. As bolhas na esfera pública

O conceito de esfera pública, conforme interpretado por Habermas, traduz o espaço de diálogo e atuação política das pessoas que compõem a sociedade. Dentro dessa esfera pública encontramos uma mais pequena esfera, que é a esfera política, e que é mais hermética que a primeira. Em todo o caso, é no espaço da esfera pública que a sociedade constrói a opinião pública também, já que este é eminentemente um espaço de discussão e decisão. Não obstante, esta esfera pública exige a presença de intermediários, nomeadamente, os meios de comunicação de massas, que estabelecem a ponte entre a esfera pública, a esfera privada e a esfera política. Sem nos alongarmos demasiado na definição das esferas públicas segundo este autor alemão, recorreremos ao ensaio “Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na internet e participação política” de J. S. Medeiros (2013). Este autor brasileiro considera o seguinte:

“Desse modo, a partir do entendimento do conceito de “público” como proposto por Habermas (2003) - isto é, quando certos eventos, em contraposição às sociedades fechadas, são acessíveis a qualquer indivíduo -, e considerando a ideia de que a Internet compreende um espaço público sem

intermediários ou reguladores institucionais, possibilitando novas maneiras dos sujeitos conviverem, pensarem e se manifestarem. Assim, “O sujeito dessa esfera pública é o público enquanto portador da opinião pública” (Habermas, 2003, p.14).” (Medeiros, 2013, pp.27-28)

Então, a internet e as redes sociais não são mais do que uma extensão dessa esfera pública de que falam Habermas e Medeiros. E é neste re-configurado espaço social, com novas regras de interação e novos preceitos de socialização, que vingam os processos desinformativos. A autora Raquel Recuero, autora do livro “Redes Sociais na Internet” (2009), explica à revista do Instituto Humanitas Unisinos (17 de Maio de 2018) como as redes sociais são em si mesmas uma modalidade de esfera pública que “proporcionam um espaço público onde há circulação de informações, debate e onde as opiniões públicas são formadas (e, muitas vezes, acirradas). Hoje, podemos falar também em microsferas públicas, pois as redes sociais passaram a fragmentar-se ideologicamente, constituindo «bolhas» onde apenas algumas opiniões e ideias circulam livremente.”⁴.

Quer a autora com isto dizer que dentro do espaço das redes sociais, que até há pouco tempo eram apelidadas de “comunidades virtuais”, criam-se novas e pequenas esferas públicas, onde o espaço de discussão ainda que democrático se torna hermético. A jeito de exemplo, numa outra entrevista à revista Gaúchazh, a mesma autora fala do isolamento destas bolhas quando analisa os grupos de apoio político a Jair Bolsonaro ou a Lula da Silva, e as informações que circulam dentro de cada um: “o que temos observado é que a notícia falsa, aparentemente, não sai dessa bolha. Elas circulam ali na bolha pró-Bolsonaro, mas não chega a ir para o grupo pró-Lula”⁵.

Além do hermetismo destas bolhas, potencia-se também a radicalização das pessoas que orbitam dentro delas. Como não se veem confrontadas com opiniões adversas às suas, as crenças vão-se polarizando mais e mais. E não acontece apenas nas redes sociais. As plataformas como o YouTube, também elas programadas com algoritmos, estão construídas de forma a que cada utilizador possa ter mais fácil acesso aos conteúdos que lhes interessam.

Na entrevista de Raquel Recuero à revista Gaúchazh, a investigadora explica que “a mídia social usa esse princípio de homofilia, talvez para tentar agradar o consumidor, para que tu tenhas uma boa experiência na ferramenta, e o algoritmo vai extremando essas visões parciais. Isso reduz o impacto do jornalismo tradicional. Os jornais são puxados para dentro

4

<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/23660-redes-sociais-sao-grupos-de-atores-entrevista-com-raquel-recuero>

⁵ <https://goo.gl/kvs33U>

das bolhas dependendo do tipo de narrativa que eles fazem do fato.”. E acrescenta que as *fake news* têm tudo a ganhar com este esquema de algoritmos.

Como já vimos anteriormente, as *fake news* fazem uso do apelo à emoção e a sentimentos atávicos para conseguirem espalhar-se nas redes - seja através de títulos sensacionalistas, ou de histórias ostensivamente falsas, ou de imagens escandalosas, etc. Se nos encontramos dentro destas microesferas públicas e alguns elementos da nossa microesfera começam a interagir com uma publicação em particular que parta de um site de *fake news* (nomeadamente um que se faça passar por meio de comunicação credível), essa mesma publicação vai ter alcance dentro da nossa esfera, do nosso espaço, e vai atrair-nos também a nós para ela. No final de contas, todos ou quase todos os elementos da nossa microesfera pública, da nossa “bolha”, vão ter acesso a essa notícia falsa, vão conversar sobre ela, e aumentar o seu alcance. Mas porque estamos encerrados dentro dessa bolha polarizada, dificilmente surgirá alguém que queira ou possa contestar o que está a ser discutido.

A polarização das pessoas, potenciada pelas bolhas nas redes sociais, criam um espaço de manobra perfeito para as estratégias desinformativas e para as *fake news*. As pessoas estão isoladas e entretidas, como diz Chomsky, mas são levadas a crer-se informadas e esclarecidas. A discussão torna-se mais ferrenha e a oposição a essa discussão pode ter um de dois desfechos - ou desaparece, porque não há espaço para opiniões adversas dentro da bolha, ou torna-se mais violenta e mais irascível, porque as pessoas deixam de estar acostumadas a serem contrariadas.

Recuperando a noção de “espiral do silêncio” de Neumann, já referida nesta dissertação e que em muito se sobrepõe com a ideia de “fabricação do consentimento”, é preciso criar alguma distinção entre estes dois conceitos. A espiral do silêncio surge do “eu” para “os outros” - surge da procura individual de encontrar uma mesma opinião nos outros. E se essa opinião não surgir numa entidade externa à nossa, seja nos *media* ou nos nossos círculos pessoais, a tendência é que ela se silencie, por receio de ostracização (de novo, a necessidade de pertença grupal). Quando as opiniões individuais não são aparentemente populares, os indivíduos tendem a silenciá-las, defendia a investigadora alemã, por si mesmos, sem recurso a táticas de persuasão dos *media* ou do *establishment*. Já a “fabricação do consentimento” é um exercício de poder, que se exerce de cima para baixo - dos mandatários, dos donos dos *media*, de quem está no topo da cadeia alimentar social, para a população. Então, podemos considerar que a “espiral do silêncio” acontece horizontalmente, ao nível dos círculos sociais

mais íntimos, e a “fabricação do consentimento” acontece verticalmente, ao nível da população geral.⁶

Uma espiral do silêncio, potencializada pelos algoritmos das redes sociais, que por sua vez isolam as pessoas dentro de bolhas cada vez mais herméticas (e que ainda assim criam a ilusão de dispersão e heterofilia), é mais perigosa do que alguma vez foi. Porque para lá dos exercícios de poder dos *media*, dos governos, dos lobbies, o espaço de discussão que a esfera pública permite está progressivamente mais monótono e monocórdico. Entre as opiniões que não se vocalizam

Agora que compreendemos como se potencia a dispersão de *fake news* e de manobras desinformativas nas redes sociais, a par e par com os conceitos de propaganda e opinião pública, urge perceber o que são, afinal, estas “coisas velhas em tempos novos” que dão título a este 2º Capítulo.

2.3. Do boato às *fake news*

Como já foi dito antes, as *fake news* não são uma invenção do nosso tempo. Na tradução literal, as “notícias falsas” são tão antigas como a própria imprensa. Ou mais até. O próprio boato é em si mesmo um exercício de *fake news* - ou o contrário, as *fake news* são elas próprias exercícios de boato. Um boato é, na sua definição, uma “notícia anónima e não confirmada que é divulgada no domínio público”⁷. Boatos, rumores, *fake news*, funcionam sensivelmente do mesmo modo: é criada uma suspeita, um desconforto, uma dúvida plausível, e a informação é passada aos nossos pares e congéneres sob forma de facto.

Um dos mais célebres, e perigosos, exemplos de boatos, situa-se na Europa Medieval, após o largo período de crise do séc. XIV. A caça às bruxas que pautou o trabalho do Santo Tribunal da Inquisição, na Baixa Idade Média, não foi mais do que a concretização do perigo

⁶ DEROSA, C., “Como funciona a espiral do silêncio nas redes sociais”: <http://estudosnacionais.com/geral/como-funciona-espiral-do-silencio-nas-redes-sociais/> [consultado em 01-07-2018]

⁷ “boato”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <https://www.priberam.pt/dlpo/boato> [consultado em 23-06-2018].

destes boatos. Séculos mais tarde, vimos o mesmo nos Estados Unidos da América, em 1692, com o famoso julgamento das Bruxas de Salem, que condenou 21 pessoas à pena de morte, sob suspeita de bruxaria.

Ora, pode ser que até hoje não tenha sido necessário falar sobre casos de homicídio ou femicídio à conta do fenómeno específico das *fake news*, mas podemos falar concretamente sobre episódios de assédio, violência física e mental, e ameaças de morte. Os boatos que considerávamos maioritariamente inócuos estão a converter-se numa avalanche de *fake news* que comprometem a segurança privada de alguns, e a ganhar terreno nessa microesfera pública que são as redes sociais.

“Os rumores são uma importante forma de comunicação social, e a sua disseminação tem um papel significativo numa variedade de relações humanas. A disseminação de rumores pode moldar a opinião pública num país, impactar fortemente os mercados financeiros, e causar pânico numa sociedade durante guerras ou surtos de epidemias. O conteúdo informativo dos rumores pode ir desde o simples boato até propaganda avançada ou material de marketing. Os mecanismos de rumor formam a base do fenómeno do marketing viral, onde as empresas exploram as redes sociais dos seus clientes na Internet de forma a promoverem o seu produto através da chamada “palavra-de-e-mail” e da “palavra-da-web”. Finalmente, os rumores formam a base de uma importante classe de protocolos de comunicação, chamados algoritmos de boato, que são usados para disseminação em grande escala de informação na Internet, e em aplicações de partilha de ficheiros *peer-to-peer*.” (Nekovee *et al.*, 2006, pp.457-458)

No ensaio “Theory of rumour spreading in complex social networks”, acima citado, os autores reconhecem as fragilidades em estudos anteriores sobre o fenómeno de dispersão e disseminação de rumores, na medida em que não contemplam (nem poderiam contemplar) a escala que estas histórias podem atingir quando espalhadas através das redes virtuais. Os rumores e boatos deixam de ser espalhados via “passa-a-palavra”, e passam a ter como veículo o hipertexto e as redes sociais, passando de dezenas para milhares de variáveis e intervenientes.

Não pretendendo esta dissertação fazer uma análise psicossocial sobre os pontos em que a teoria do rumor se sobrepõe com o fenómeno das *fake news*, quanto mais não seja pela complexidade da primeira, é relevante deixar claro quão semelhantes são os dois mecanismos, e como actuam segundo os mesmos princípios.

Ora, com tudo o que analisámos anteriormente e os dados respeitantes a rumores, percebemos que as *fake news* conforme as conhecemos hoje são tão somente uma forma mais epidémica e mais elaborada de boato, com uma área de actuação privilegiada que são as redes sociais e não somente os espaços de interacção interpessoal nos círculos privados.

3. Leitura crítica de episódio de *fake news*

Agora que se constituiu o corpus teórico sobre o qual assenta esta dissertação, impõe-se demonstrar de forma prática e clara a perversão do fenómeno de *fake news*. Para o efeito, será analisado um episódio concreto pautado por *fake news* que comprova tudo o que tem vindo a ser dito ao largo desta dissertação.

O episódio em questão é o do assassinato de Marielle Franco, vereadora do Rio de Janeiro pelo PSOL (Partido Socialismo e Liberdade), a 14 de março, pelas 21h30 (hora local). Não pretendendo fazer uma análise do tratamento mediático deste homicídio, o que se almeja é analisar as notícias falsas disseminadas acerca da vereadora, e a dimensão que as mesmas assumiram, avaliando também o quanto penetraram um órgão de comunicação social reconhecido - o jornal online “O Globo”, do Grupo Globo.

Há que ressaltar que, a nível metodológico, o caso em análise não sofreu uma análise quantitativa. Iremos, isso sim, utilizar dados recolhidos pelo Laboratório de Estudos em Imagem e Cibercultura (Labic) do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, que fazem uma análise quantitativa mas não qualitativa da quantidade de conteúdo publicada nas redes sociais (nomeadamente no Twitter) sobre o episódio que motivou o surgimento desta onda de *fake news* em específico. Iremos recorrer também ao trabalho desenvolvido pelo Observatório da Imprensa, uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo e projeto original do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Universidade Estadual de Campinas, existente desde 1996.

Para lá da análise do trabalho do Labic, iremos fazer uma recolha e leitura crítica das notícias publicadas acerca do caso em questão pelo jornal Globo, entre os dias 14 de março de 2018 e 24 de março de 2018. Desta forma, poderemos compreender o impacto que as *fake news* tiveram no discurso mediático mainstream. Desde o assassinato da vereadora, a 14 de março de 2018, até 1 de Setembro de 2018, a ferramenta de pesquisa do site O Globo apresentava aproximadamente 400 resultados - 40 páginas, 10 artigos em cada uma. Mas, de fato, houve muitíssimos mais artigos que estes 400. Para começar, porque muitos não apareciam sequer na ferramenta de pesquisa, foram encontrados apenas através de hiperligações dentro de outros artigos. Em segundo lugar, porque não surgem

cronologicamente ordenados - nem é perceptível quais são os critérios pelos quais os artigos surgem na pesquisa. Não há como quantificar com precisão quantos artigos foram publicados pelo O Globo desde a data do homicídio de Marielle Franco até ao presente. Mas foram encontrados 149 artigos publicados entre 14 e 24 de março. Certamente, alguns ficaram de fora. Destes 149 artigos, 25 dizem diretamente respeito ao fenómeno das *fake news* acerca de Marielle.

Então, numa primeira fase, iremos olhar as *fake news* que foram disseminadas sobre a vereadora, o alcance que tiveram, como se espalharam, os estereótipos que as alimentaram, e as reações que geraram. Depois iremos ver com que profundidade penetraram um jornal online que nutria simpatia por Marielle Franco (adiante provaremos o porquê desta afirmação), e que discussão motivaram dentro das páginas deste mesmo organismo, para compreendermos quão imiscuídas nos *media mainstream* as *fake news* já estão.

3.1. *Fake News*: o duplo assassinato de Marielle Franco

Marielle Franco, vereadora no Rio de Janeiro pelo PSOL, era uma mulher negra, pobre, favelada, mãe, bissexual. Foi assassinada a 14 de março de 2018 no Rio de Janeiro, juntamente com o seu motorista, em circunstâncias que, à data da escrita desta dissertação, permanecem por esclarecer. Nos dias que imediatamente seguiram o homicídio desta ativista, as redes sociais e as ruas no Brasil foram inundadas com manifestações de apoio e solidariedade. Mas também com notícias falsas, “*fake news*” na verdadeira aceção da expressão, sobre a vida, trajeto e crenças desta mulher. Algumas destas partiram de fontes “anónimas”, mas outras de fontes bastante públicas, como uma desembargadora ou um website associado ao Movimento Brasil Livre (MBL). Convém assinalar que, tal como Raquel Recuero diz na entrevista anteriormente analisada, o Brasil atravessa um período de polarização política extrema. Marielle situava-se num espectro político socialista, bastante à esquerda, com preocupações sociais concretas, e expunha-se a si e às suas opiniões de forma pública e destemida. Não esquecer, em nenhum momento, que o Brasil é o quinto país do

mundo onde a taxa de femicídio é mais elevada, segundo dados da Organização Mundial de Saúde.

Não pretendendo com esta análise apontar dedos ou culpas a determinados intervenientes deste fenómeno, pretende-se, isso sim, perceber o que foi dito sobre Marielle Franco e porquê. Nessa medida, fazer uma análise qualitativa e não quantitativa do discurso que se criou sobre esta vereadora e o seu assassinato.

O ponto de partida desta análise é compreender a escala que a discussão sobre Marielle assumiu, trabalho esse que foi previamente desenvolvido pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic), projecto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, que fez uso de um script desenvolvido no próprio laboratório para analisar os tweets publicados entre 08 e 16 de março de 2018 sobre Marielle para desenhar um mapa de geolocalizações dos usuários que tivessem falado sobre o assunto⁸. Foram encontrados mais de 3 milhões e 500 mil tweets, publicados em quase 10 mil localizações. Estes tweets geolocalizados (por opção do utilizador da rede) surgem sob forma de pontos vermelhos sobre um mapa, com cada ponto a representar uma publicação numa localização específica, independentemente do autor ou conteúdo do tweet.

Esta recoleta, como os próprios investigadores apodam, não tem em conta o tom nem o pendor do discurso nestes mais de 3 milhões de publicações, nem sequer dos quase 10 mil que surgem no mapa, apenas a sua geolocalização. Escolhendo, aleatoriamente, alguns dos tweets que figuram no mapa desenhado pelo Labic, encontramos posições distintas acerca do mesmo tema. A considerar:

Oliveira, L. [LuizOli38316919]. (2018, Mar 16). @exame Não vejo manifestação para pessoas comuns que são assassinadas nem de policiais do Rio! [Tweet]. Retirado de <https://twitter.com/luizoli38316919/status/974448633725771776>

 C. [kidstz]. (2018, Mar 15). @mariellefranco Descanse em paz e que a justiça seja feita. [Tweet]. Retirado de <https://twitter.com/kidstz/status/974150279376621568>

Santos86, R. [RaphaelSantos86]. (2018, Mar 15). Marielle, você era uma guerreira, justiça será feita. [Tweet]. Retirado de <https://twitter.com/raphaelsantos86/status/974220426783096833>

Platz, M. [MatheusPlatz_]. (2018, Mar 15). Uma vereadora é morta no RJ, todo mundo se revolta, faz textão, já as várias pessoas "normais" mortas la, ninguém da bola nem nada. Chega a ser estranho... #encontro [Tweet]. Retirado de https://twitter.com/matheusplatz_/status/974290836052758528

⁸ <http://www.labic.net/blog/marielle-presente-mapa-de-tweets-publicados/>

Ora, de 3 milhões e 500 mil publicações acerca do tema, tão geograficamente dispersas como é possível imaginar, e com apenas 0,28% delas assinaladas num mapa interactivo, estas quatro (todas oriundas do Brasil), podem não ser representativas, mas são pelo menos ilustrativas da disparidade de opiniões que surgiram após o homicídio da vereadora. E de ter em conta que esta é apenas uma rede social - nem o Facebook, nem o Instagram, nem outras redes largamente populares foram objecto de medição por parte do Labic.

Outra análise do Labic acerca do fenómeno nas redes em que Marielle se converteu dá destaque às imagens que circularam na mesma rede social. Mas, ao contrário da anterior investigação, que olha um mapa de tweets de uma forma absolutamente estéril e sem teor crítico, o investigador Fábio Gouveia, autor de “Análise das imagens de #mariellepresente: memórias entre a dor e a esperança”⁹, arranca o seu artigo online com um parágrafo que dá conta da relevância deste episódio e desta análise.

“Os compartilhamentos nas redes sociais lançaram a um nível de reconhecimento global uma personagem política que, mesmo tendo sido uma das mais votadas na capital carioca, não tinha espaço privilegiado na agenda midiática política local, nacional ou muito menos internacional. Quadro de um dos menores partidos do Brasil – Partido Socialismo e Liberdade (PSOL) – Marielle Franco era mais reconhecida no círculo de ativistas em defesa dos direitos da população LGBT. Após seu assassinato, porém, sua imagem passou a ser associada imediatamente à luta de todas as minorias. E é essa imagem-ícone forjada como símbolo de todos que lutam por uma sociedade mais justa que vamos analisar nesse texto.”

As 11 mil imagens que foram assinaladas com *hashtags* relacionadas com a vereadora publicadas na rede social Twitter, entre 13 e 21 de março de 2018, dão conta de uma narrativa de “tragédia, dor, luto. Mas também de luta e de esperança”. Entre estas imagens incluem-se *memes*, retratos oficiais e/ou jornalísticos da vereadora, *printscreens* de comentários de facebook, e imagens atribuídas à vítima mas que se provaram falsas, por exemplo. As quatro imagens mais compartilhadas no Twitter no dia 15 de Março são as seguintes:



Imagem A, com 1438 retweets, sendo uma imagem que ilustrou um perfil da vereadora feita pela fotógrafa Márcia Foletto, de O Globo.

RIO DE JANEIRO

Vereadora Marielle Franco é morta no Estácio

Parlamentar havia acabado de voltar de evento na Lapa quando criminosos a abordaram e fizeram os disparos

Por O Dia

Publicado às 22h10 de 14/03/2018 - Atualizado às 22h43 de 14/03/2018

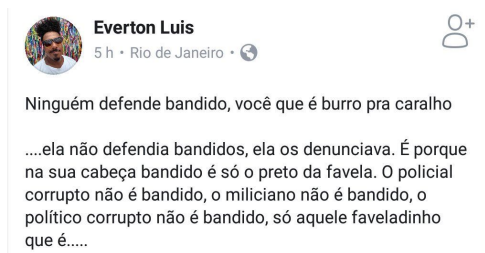


Imagem B, com 1131 *retweets*. Como assinala o investigador, nos primeiros dois dias a seguir ao homicídio de Marielle “as duas imagens mais distribuídas na rede social mostram um predomínio da mídia do Rio de Janeiro, no dia seguinte as duas imagens mais viralizadas são típicas das redes sociais e observa-se a expansão para o cenário nacional”.

Imagem C, com 2181 *retweets*. Printscreen de uma publicação de Facebook de um utilizador que critica quem apodava Marielle Franco de “defensora de bandidos”.



Imagem D, com 3193 *retweets*. Imagem do herói de BD Homem-Aranha. “No *tweet* do *meme* há o texto “Polícia investigando o assassinato da Marielle”, numa alusão ao possível envolvimento de policiais no crime. A imagem foi a mais compartilhada na semana. Somente no dia 17 de março ela foi republicada 6703 vezes, tendo somado ao fim do período mais de 12 mil republicações.”

A conclusão a que chega o investigador Fábio Goveia é que foram maioritariamente imagens verdadeiras de Marielle que circularam na rede social Twitter. E imagens que contam uma história de luta, e de esperança. Mas na mesma investigação, Goveia dá conta do fenómeno de viralização de histórias falsas sobre a vereadora. Serviram os exemplos acima apenas para demonstrar a escala do fenómeno, e o alcance que este teve. Em micro-esferas públicas que coexistem numa mesma rede social, os discursos que surgiram sobre Marielle foram de um contraste violento. Especialmente quando entraram em ação as *fake news*, esse sim, o foco do nosso interesse.

O Observatório da Imprensa¹⁰ faz uma cronologia da difusão de mentiras sobre a vereadora assassinada, e que começam a surgir logo no dia a seguir à sua morte. Descrevem este episódio como tendo acontecido “em dois atos”: primeiro como boato, depois legitimado como notícia. Lê-se, então, o seguinte:

“Os boatos eram de três tipos: denúncias apócrifas, supostas fotos de Marielle (uma real, acompanhada de um rapaz com uma camiseta da “marcha da maconha”, outra falsa, na qual uma negra, supostamente Marielle, sentava no colo de um rapaz branco, supostamente Marcinho VP) e um áudio denúncia com carregado sotaque carioca.”

De referir que esta cronologia, originalmente publicada no Facebook, não está assinada por ninguém.

Estes boatos espalharam-se primeiro pela aplicação WhatsApp, e logo chegaram ao Twitter. E às 10 da manhã de dia 16, pouco mais de 36h depois do homicídio da vereadora, chegam aos jornais e portais online. O boato começa a ganhar corpo e alcance, e um tom de validade informativa.



Figura 3 - Printscreen do portal CM7.

10

<http://observatoriodaimprensa.com.br/monitor-do-debate-politico-do-meio-digital/as-mentiras-sobre-marielle-difusao-em-dois-atos/>

Não assumindo peremptoriamente que o que se lia no título corresponderia à verdade, o Portal CM7 publica quatro sintéticos parágrafos acerca homicídio da vereadora e cinco áudios que, única e simplesmente, visam denegrir a imagem de Marielle. O terceiro e quinto clips de som que figuram na página web do Portal CM7 protagonizam dois homens anónimos, que acusam a vereadora de pertencer ao Comando Vermelho, um grupo de crime organizado surgido no Brasil em 1979. Nestes clips de som ouve-se o seguinte:

"Eu não sei se é real é que ela tinha ligação com o Comando Vermelho, aí 'tava defendendo outras facções e foi a merda que deu, porque houve moleque que a mataram..." (Terceiro clip de áudio disponível na página do Portal CM7, autor não identificado, data desconhecida)

"Irmão, bem feito! Bem feito! Nas câmara, viu uma porrada de moleque de bermuda e chapéu, isso é obra do Comando Vermelho, você sabe porquê? Quem elegeu ela, quem botou ela lá dentro, foi o Comando Vermelho, para ela brigar pelas coisas do Comando Vermelho, pelas comunidades do Comando Vermelho. Só que ela foi brigar pela comunidade do Terceiro Comando da Carinha, assim não há sentença. Aguarda que isso daqui a pouco você vai ver." (Quinto clip de áudio disponível na página do Portal CM7, autor não identificado, data desconhecida)

Esta foi a primeira catadupa de mentiras que surgiu acerca de Marielle. Mas, como se não bastasse o alcance destas a nível interpessoal, funcionando apenas na base do rumor e do boato, são validadas quando são publicamente reproduzidas por figuras públicas e de autoridade, como pode ser um deputado federal do partido brasileiro Democratas (Fig. 5), ou uma juíza desembargadora (Fig. 6).



Figura 5 - Printscreen da publicação de Twitter do deputado federal Alberto Fraga, que faz eco do discurso difamatório sobre Marielle reproduzido nos clips de áudio que circularam no WhatsApp. De sublinhar que a publicação de Fraga surge 8h depois do artigo publicado no Portal CM7 (Fig. 4).

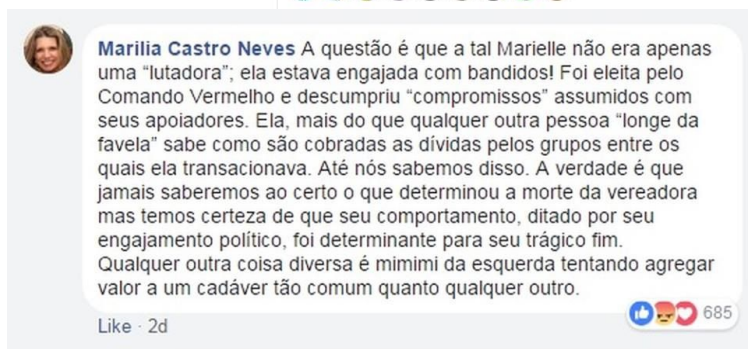
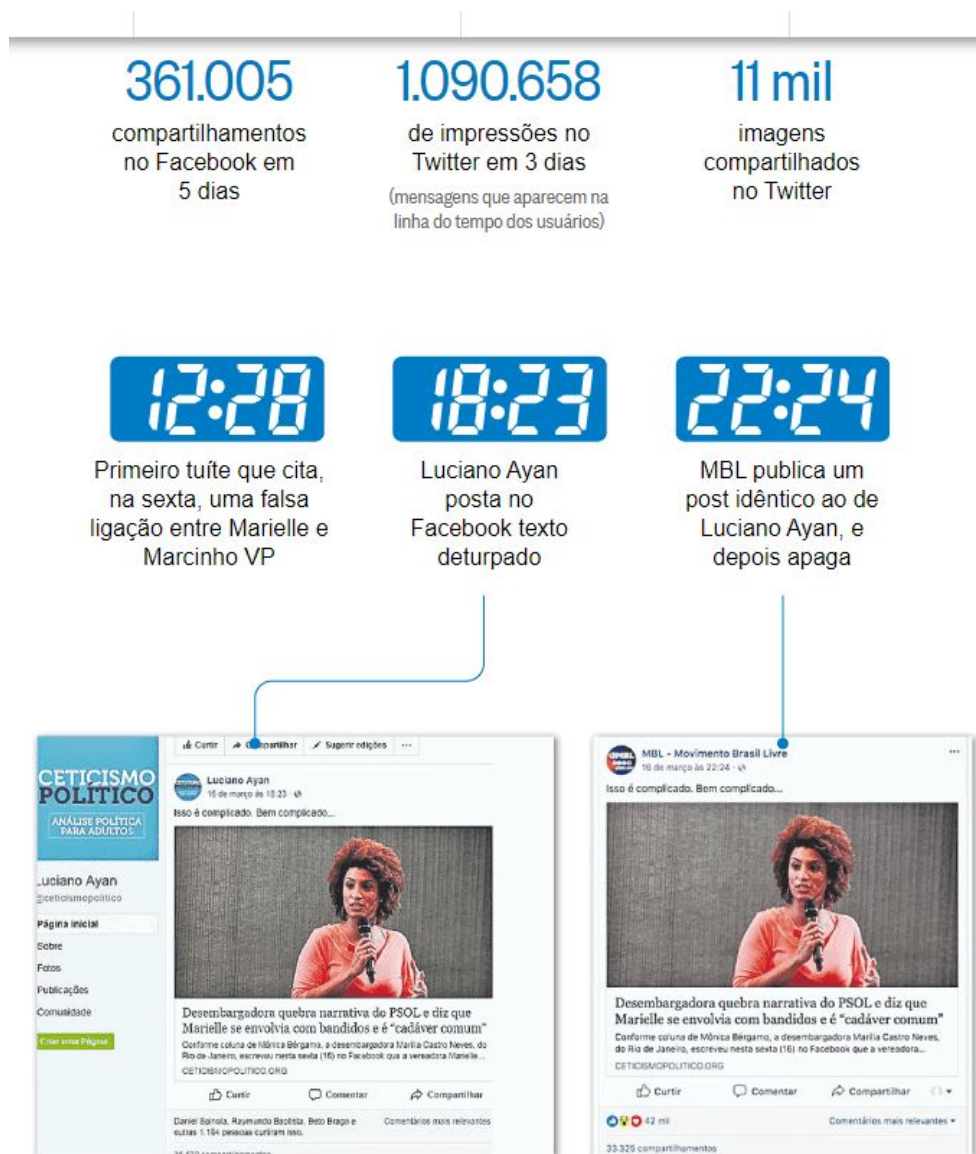


Figura 6 - Printscreen do comentário no Facebook feito por Marília Castro Neves, juíza desembargadora, que apresenta como factuais as acusações que circulavam contra a vereadora.

Esta acusação de que Marielle seria aliada do Comando Vermelho, e ex-esposa de um dos seus líderes (Marcinho VP), foi a que ganhou mais tração no fenômeno que assolou as redes sociais nos dias imediatamente a seguir ao seu assassinato. Nesta fase, é importante perceber o tipo de mentiras que encheram as micro-esferas públicas do cidadão brasileiro. O jornal Globo lança a 23 de março uma peça intitulada “Como ganhou corpo a onda de ‘fake news’ sobre Marielle Franco”, dando especial destaque ao catalisador que foi o já referido Movimento Brasil Livre, e ao site Ceticismo Político, cujas filiações nunca foram publicamente divulgadas. Na imagem (Figura 7), um printscreen da mesma peça explica a linha cronológica do fenômeno de disseminação destas notícias falsas.



A FORÇA DO VIRAL

Luciano Ayan compartilha, na última sexta-feira, um link para o site Ceticismo Político. O texto reproduz acusações contra Marielle feitas por uma desembargadora, retiradas de uma notícia da “Folha de S.Paulo”

MBL REPLICA ‘FAKE NEWS’

Quatro horas depois, o MBL compartilha o link com a mesma frase usada por Ayan: “Isso é complicado. Bem complicado...”. O post é replicado por mais de 33 mil usuários antes de ser apagado

Escrevem os jornalistas:

“No dia seguinte ao crime, boatos começaram a se espalhar em grupos de WhatsApp por meio de textos, áudios e memes. Por volta do meio-dia de sexta-feira, apareceram os primeiro tweets relacionando Marielle ao traficante Marcinho VP e à facção Comando Vermelho. Quatro horas mais tarde, o site Ceticismo Político publicou um texto que teve papel fundamental na disseminação das falsas acusações. O link foi divulgado no Facebook, e, pouco depois, o Movimento Brasil Livre (MBL) replicou a mensagem, ampliando ainda mais a repercussão.” (Cariello, G., Grillo, M., 23 de março de 2018, “Como ganhou corpo a onda de ‘fake news’ sobre Marielle Franco”, O Globo. Retirado de <https://goo.gl/M4pZi9>)

Apresentam também alguns números recolhidos pelo Labic, nomeadamente a respeito desta publicação viral do site Ceticismo Político. Demonstram os jornalistas que, em cinco dias, a publicação difamatória teve 361 mil partilhas no Facebook, e mais de um milhão de impressões no Twitter em três dias. Outro momento-chave na viralização de notícias falsas foi a publicação de uma coluna na Folha de São Paulo, da autoria de Mónica Bérghamo, que se limita a reproduzir textualmente o comentário da juíza desembargadora Marília Castro Neves. Esta coluna surge ainda no dia 16 de março. A cronologia que a Globo faz aponta a coluna de Mónica Bérghamo como tendo sido o que despoleta a publicação do site Ceticismo Político, que depois se viraliza e atinge essas centenas de milhares de pessoas.

Não há como avaliar o impacto que esta difamação em larga escala teve no imaginário das pessoas acerca da figura de Marielle, podemos apenas quantificar o alcance que esta campanha teve. Para efeitos de análise nesta dissertação, então, iremos olhar com mais atenção para as mentiras espalhadas acerca de Marielle, e quais foram os seus objectivos políticos, sem perder de vista o trabalho que a vereadora desenvolvia, e a polarização extrema que a sociedade civil brasileira atravessa.

3.1.1. Mas afinal, porque é que se disse o quê sobre Marielle? Estereótipos e *fake news*.

Sem pretensões de fazer uma análise sociológica ou psicoanalítica ao discurso que se criou em torno do assassinato da vereadora, é importante compreender o que é que se disse e porquê. Iremos, então, olhar com mais atenção e menos estímulos para as histórias que viralizaram, e acabaram por se metamorfosear de rumores para *fake news*. Para este efeito,

recorremos ao website mariellefranco.com.br, que faz uma recolha da memória história da vereadora¹¹, e um desmentir das *fake news* que circularam sobre ela.¹²

1. “Marielle foi eleita pelo/estava engajada com o Comando Vermelho”: esta terá sido das primeiras mentiras a circular, que, naturalmente, captou rapidamente a atenção dos residentes do Rio de Janeiro. Sendo que o Comando Vermelho é uma organização criminosa reconhecida entre favelas e quartéis, e Marielle era activista pelos direitos das pessoas faveladas, não é difícil às mentes impressionáveis fazerem esta associação. Especialmente numa cidade tão assolada pela violência e crime organizado como é o Rio. Marielle foi eleita vereadora com mais de 45 mil votos, e todas as contas terão sido aprovadas pelo Tribunal Regional Eleitoral.
2. “Marielle é ex-mulher de Marcinho VP”: Marcinho VP era um traficante carioca, um dos líderes do dito Comando Vermelho, e esta mentira popularizada por um deputado federal é logo de seguida ilustrada com uma imagem que “credibiliza” a acusação. Na imagem em causa figura uma mulher sentada no colo de um homem, que quem compartilha assegura serem Marielle e Marcinho VP. Horas depois dessa imagem atingir as redes, surge uma outra imagem sob forma de resposta, que tacha essa primeira de *fake news*, demonstrando como nem um nem outro são quem se acusa ser.
3. “Marielle engravidou aos 16 anos”: na realidade, à data da morte da vereadora, ela tinha 38 anos, e a sua filha 19. Marielle terá estado grávida entre os seus 18 e 19 anos.
4. “Marielle era consumidora de canábis”: não havendo qualquer prova factual de que Marielle consumisse (ou não) drogas, o que ela advocava era por uma nova política para as drogas, já que a chamada “guerra às drogas” atinge essencialmente as populações mais marginalizadas, como os favelados, negros e pobres. Um dos argumentos usados a favor desta mentira é uma fotografia da vereadora numa marcha pela legalização da marijuana.
5. “Marielle era defensora de bandidos”: em nenhum momento terá Marielle defendido qualquer ato criminoso; o que a vereadora criticava eram os episódios de tortura, violência e até de linchamento a pessoas suspeitas de crimes. Falamos até de homicídios em praça pública sob o cunho de “justiça popular”, que frequentemente visam infratores negros e pobres.

¹¹ <https://www.mariellefranco.com.br/quem-e-marielle-franco-vereadora>

¹² <https://www.mariellefranco.com.br/averdade>

Então, agora que já sabemos o que se disse, e em que momento surgem as mentiras articuladas entre si, convém compreendermos porque é que se disse, e em que medida é que estas mesmas mentiras constituem um corpo de análise de *fake news* e não somente de boatos. Para isto, convém também olharmos para a análise que Walter Lippman (1922) faz sobre o fenómeno dos estereótipos, porque é que eles prevalecem, porque é que são importantes, e como é que são usados pela e contra a opinião pública.

Ora, na parte III do livro “Public Opinion”, o autor explica que os estereótipos são uma ferramenta que o homem precisa para conseguir compreender e experienciar o mundo. Cada um de nós conhece apenas uma parte ínfima da realidade em que se insere, e é levado a construir “pseudo-ambientes” e modelos que facilitem a compreensão e gestão da nossa vida (p.16). As imagens que construímos, que são em si mesmas as nossas opiniões públicas, como já foi discutido no capítulo 5.1.2. Desta dissertação, são compostas também por estereótipos. Sem fazer uma apologia do estereótipo, o autor explica como usamos esta ferramenta para simplificar a experiência humana. Lippman argumenta que os estereótipos são importantes, também, por uma questão de economia - de tempo, de pensamento e de esforço. Porque é demasiado esgotante analisar em detalhe cada coisa e pessoa que integra a nossa realidade, ou pseudo-realidade.

“Mas a vida moderna é acelerada e multifacetada, sobre toda a distância física que separa homens que estão em contacto vital entre si, como empregador e empregado, oficial e votante. Não há tempo nem oportunidade para o conhecimento íntimo. Em vez disso, tomamos nota de um traço que assinale um género que reconhecemos, e preenchemos o resto da imagem com os estereótipos das nossas cabeças.” (p.89)

Quer o autor dizer com isto que para facilitarmos a compreensão do mundo, demasiado complexo para uma experiência plena e informada de todas as coisas, procuramos traços identificáveis no outro ou nos ambientes em que nos inserimos, e sem investirmos demasiado tempo e energia em conhecer profundamente o que se nos apresenta por diante, concebemos uma imagem dessa coisa ou pessoa com informações que já absorvemos sobre coisas ou pessoas semelhantes. O que poderia ser uma imagem vaga de uma pessoa, torna-se uma imagem concreta quando ela é preenchida com informações que nós próprios concebemos acerca dela e lhe atribuímos.

Os estereótipos funcionam também como ferramentas de defesa, porque é sobre esses estereótipos que construímos a nossa forma de viver o mundo e existir em sociedade. Quando se abala a imagem de um estereótipo, abana-se toda a estrutura em que ele assenta. E como já vimos anteriormente, as pessoas tendem a ficar reativas quando se encontram isoladas ou

perante oposição. Portanto, quanto mais profundamente experienciarem determinado estereótipo, mais irão repudiar qualquer noção que contrarie a sua experiência. Lippman acrescenta que um padrão de estereótipos não é neutro, e funciona como garantia da nossa identidade, também, pela forma como projetamos o “eu” no mundo, segundo os nossos valores e posicionamentos. Daí os estereótipos estarem sempre imbuídos de uma profunda carga emocional, porque representam “uma fortaleza da nossa tradição, atrás de cujas defesas continuamos a sentir-nos seguros na posição que ocupamos” (p.96).

Ora, as cinco grandes mentiras sobre Marielle Franco recaem sempre sobre estereótipos negativos, associados a um imaginário de pobreza e criminalidade. Usando o exemplo menos grave dos cinco listados acima, poderemos falar acerca da gravidez e maternidade da vereadora. Segundo os padrões contemporâneos, ser mãe aos 19 anos é ser uma mãe extremamente jovem, mais ainda considerando que Marielle nunca se casou - era, portanto, mãe jovem e solteira. Não significa isto que fosse uma mãe pior, antes pelo contrário, todas as declarações públicas da filha de Marielle após os eventos de 14 de Março dão conta disso mesmo. Mas quando o deputado federal Alberto Fraga afirma que Marielle foi mãe aos 16 anos, o que ele tenta fazer é imbuir o imaginário da sua audiência com a figura pejorativa da mãe adolescente - irresponsável, descuidada. Para além da carga misógina com que Fraga pintou a sua afirmação na rede social Twitter, há aqui uma tentativa de estereotipificação da vereadora, com objectivo de denegrir a sua imagem.

Quando uma figura pública como era Marielle, activista pelos direitos humanos e envolvida com a luta social das pessoas pobres e faveladas, é descrita como tendo sido mãe aos 16 anos, não é só a maternidade que está em cima da mesa de discussão. É todo o carácter da vereadora que é posto em causa. Porque, como Lippman afirma, tendemos a encontrar um traço que nos é familiar, e pintar o resto do quadro com suposições, que podem ou não corresponder à realidade. De fato, Marielle não foi mãe adolescente, mas mesmo que tivesse sido, isso nunca poderia ser usado como ferramenta para denegrir a sua imagem.

Todas as *fake news* acerca de Marielle que ganharam tração recorriam a estereótipos para provocar emoção no público, e motivar partilhas. Tachar uma vereadora de “maconheira”, “defensora de bandido”, “ex-companheira de traficante”, não acrescenta nada à discussão, a não ser ódio e emoções fortes, com o único objetivo de denegrir a imagem da vítima e descredibilizar o trabalho político por ela desenvolvido. E seguiram exactamente o trajeto demonstrado na Fig. 3, no Capítulo 1.5. desta dissertação. Os agentes desinformativos, que neste caso foram tanto cidadãos anónimos como pessoas públicas, arrancaram com publicações nas redes sociais que não passariam de boatos, até serem legitimados por órgãos

de comunicação social - no caso, foram identificados dois, a Folha de São Paulo e o Portal CM7 - e por estruturas que se apresentam como órgãos de comunicação social mas não o são - como o site Ceticismo Político. Mesmo quando se tenta mascarar a publicação com uma capa de objetividade - “Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é 'cadáver comum””, titulava Mónica Bérghamo a sua coluna na Folha de São Paulo -, o que está em causa é a legitimação de boatos e mentiras através de uma estrutura que deve ser capaz de repor a verdade, seja por facilitismo ou inércia, seja porque há interesse político em permitir que o alcance dessa mensagem seja mais vasto.

A conclusão a que podemos chegar através da análise deste caso prático, é o perigo acrescido que as redes sociais representam na contemporaneidade para a manutenção da verdade, e para a criação de narrativas que visem o empoderamento das comunidades. Tivesse Marielle Franco sido assassinada há 20 anos, mesmo que o Brasil já estivesse tão fracturado como está hoje, esta história nunca teria chegado tão longe. Os rumores acerca do Comando Vermelho, ou de uma gravidez adolescente, ou do consumo de estupefacientes, poderiam ter tido algum alcance, se calhar até alguma repercussão nalgum meio de comunicação social de pequena dimensão. Mas hoje, na era da velocidade e do imediatismo, em que o valor de uma peça noticiosa é medido pela quantidade de *clicks* que recebe, Marielle não foi vítima apenas de um homicídio covarde. Marielle foi duas vezes assassinada - a primeira, na noite de 14 de março, dentro de um carro, acompanhada do seu motorista; a segunda, durante os dias que se seguiram, múltiplas vezes assassinada, de cada vez que eram reencaminhados para mais um grupo de WhatsApp os ficheiros de áudio e imagens falsas, de cada vez que um jornal usava essa narrativa para seduzir leitores (consumidores) e legitimava-a, de cada vez que o seu trabalho político e humanitário era descredibilizado por ser acusado de servir de fachada para um grupo de organização criminosa.

Tivesse Marielle Franco sido assassinada há 20 anos, e ela seria lembrada como a vereadora carioca, nascida na favela, com trabalho humanitário, que foi alvejada dentro de um carro. Provavelmente, anos depois a opinião pública tê-la-ia esquecido. O seu homicídio faria correr pequenos riachos de tinta, encheria algumas colunas em alguns jornais, alguns minutos de antena nalgumas rádios e televisões, e a sua memória política esgotar-se-ia aquando do seguinte escândalo. Mas, por ter sido em 2018 que Marielle foi assassinada, o seu nome foi execravelmente arrastado pela lama pelos seus opositores e críticos, o seu nome encheu as bocas de milhares de brasileiros, mas o seu nome e o seu trabalho prevaleceram, pelo esforço que alguns grupos ativistas e alguns jornalistas fizeram para os defender.

As *fake news* sobre Marielle quiseram fazer-se verdade, com recurso a imagens que tentaram colar-se ao imaginário da opinião pública, quiseram fazer verdadeira a associação de Marielle ao crime organizado. Mas a verdade sobre Marielle não se deixou sufocar pelo tsunami de *fake news*, e ela foi convertida em mártir e em ícone - pelos dois assassinatos a que foi sujeita.

3.2. O assassinato de Marielle pelos olhos d'O Globo

Antes de começarmos esta leitura, é importante recuperarmos os dois apontamentos feitos no início deste capítulo e acrescentar um terceiro, a respeito da recolha de artigos publicados entre 14 e 23 de março. Originalmente, a janela temporal abarcaria 24 de março, por marcar os dez dias após o homicídio da vereadora, mas não foi publicado nenhum artigo nesse dia. Os apontamentos em causa referem-se à recolha de artigos analisados, e estas notas reforçam algumas das noções que têm vindo a ser discutidas ao largo desta dissertação.

- A ferramenta de pesquisa do site O Globo devolve cerca de 400 resultados quando se pesquisa a palavra chave “Marielle” - 40 páginas de resultados, com 10 artigos em cada uma delas, publicados entre 14 de março e 1 de setembro. Alguns destes resultados aparecem repetidos em várias páginas;
- Muitos dos artigos encontrados que foram publicados entre 14 e 24 de março não aparecem na ferramenta de pesquisa, foram recolhidos através de hiperligações em outros artigos da mesma janela temporal;
- Tirando três artigos, todas as restantes 169 peças estavam protegidas por uma paywall - um pop-up que bloqueia o acesso de não-assinantes d'O Globo ao conteúdo da página. Para contornar este bloqueio, foi utilizada a WayBack Machine, um “arquivo” da Internet. Mas mesmo esta ferramenta não conseguiu ultrapassar a paywall de todas as peças, pelo que estas ficaram inacessíveis.

Então estamos garantidamente a falar de um universo muito superior a 400 publicações, já que muitas estão aparentemente fora de alcance ou não aparecem sequer através das ferramentas de pesquisa disponibilizadas. Mas, de fato, foram reunidas 149 publicações que datam da janela temporal estabelecida, e que são respeitantes ao caso do homicídio de Marielle e seu motorista Anderson. Destas 149 publicações (ver anexo 1), 25 lidam

diretamente com as redes e o episódio de *fake news* que se gerou à volta da vereadora e do seu assassinato - 16,8%.

Data	14 março	15 março	16 março	17 março	18 março	19 março	20 março	21 março	22 março	23 março
Nº artigos	3	56	24	9	13	12	14	5	4	3

Secção	Rio	Blogs	Opinião	Cultura	Sociedade	Desporto
Nº artigos	109	28	8	2	1	1

Temas	Sociedade	Polícia	Política	Redes	Justiça
Nº artigos	108	26	23	23	7

De sublinhar que alguns dos artigos se enquadravam em mais do que um tema, como pode ser um artigo com declarações de um ministro sobre o impacto da morte de Marielle na sociedade, caindo sob o enquadramento de “política” e de “sociedade”. Na sua grande maioria, os artigos publicados tinham um tom positivo sobre Marielle e as manifestações realizadas em seu nome e memória. Exceto uma publicação, num blog, que apelava à manutenção da intervenção federal na cidade do Rio de Janeiro (artigo nr.83, da autoria de Merval Pereira, ver anexo 1) e à qual Marielle se opunha ferozmente, todos os restantes artigos assumem uma posição favorável à vereadora e aos seus posicionamentos políticos. Também é de assinalar que no dia a seguir à morte de Marielle foram publicadas 56 peças sobre ela, o seu velório, as reações da sociedade civil à sua morte, os seus projetos e conquistas, a investigação à sua morte, etc.

Mas destes 149 artigos publicados, há coisas a sublinhar que vêm demonstrar o que tem vindo a ser dito a propósito da pressão do imediatismo e da falta de tempo dos profissionais para construírem peças jornalísticas de qualidade. Se é verdade que muitos dos artigos publicados sob o tema “Sociedade”, na secção temática “Rio”, são sobre movimentações sociais nos diferentes bairros do Rio, e sobre os posicionamentos de ativistas sociais, elementos do governo, e outras figuras públicas, verdade também é que muitos desses artigos poderiam e deveriam ter sido tratados de forma a que se articulassem num só. No dia do funeral de Marielle e de Anderson foram publicados pelo menos sete artigos a respeito desse evento específico - os velórios e os funerais. O jornal O Globo assumiu quase uma tarefa de

agência ao fazer uma cobertura minuto-a-minuto do velório, funeral e subsequentes manifestações de solidariedade, mas em vez de construir um boa peça jornalística a respeito deste dia, optou por publicar quase 10 artigos, às vezes sem uma hora de distância entre si, alguns com gralhas que até hoje permanecem na página, o que denuncia a pressa e a falta de atenção com que foram escritos e publicados.

Frequentemente, surgem artigos com as mesmas informações, mas que não apresentam hiperligações entre si. Sendo normal que se recapitulem dados anteriores, e se apresentem sugestões de leitura dentro das próprias páginas, o que é invulgar é a desatenção que permite este tipo de ocorrências, como se verifica entre os artigos nrs. 116 e 117 (sendo que o primeiro é uma notícia, e o segundo é uma entrada de blog).

Ora, já compreendemos que O Globo prestou larga atenção ao caso de Marielle, seja pelas simpatias políticas, pela relevância pública, ou por ser o “trending topic” do dia. Mas convém analisar a medida em que as *fake news*, e o debate que elas geraram, penetraram a redação e a agenda daquele órgão de comunicação social.

3.2.1. *Fake News* na agenda d’O Globo

Começamos por apontar que, mesmo tendo um pendor positivo na cobertura do caso de Marielle, O Globo também deu espaço à infame publicação da juíza desembargadora que acusava a vereadora de estar “engajada com bandidos” (artigo nr.85, ver anexo 1). O texto é assinado “O Globo”, e no antepenúltimo parágrafo lê-se:

“O comentário foi descoberto pela colunista Monica Bergamo, da "Folha de S.Paulo". Procurada pela coluna, a desembargadora afirmou que nunca tinha ouvido falar de Marielle Franco até seu assassinato e que se baseou informações que leu "no texto de uma amiga".” (O Globo, 2018, 16 de Março). Desembargadora acusa Marielle Franco de 'engajamento' com bandidos, *O Globo*, retirado de <https://oglobo.globo.com>)

A par da Folha de S. Paulo, da página Ceticismo Político, e tantos outros organismos, O Globo também deu palco a uma publicação caluniosa sobre Marielle, mesmo sem verificar ou consultar a sua veracidade. Não obstante a posição favorável à vereadora, O Globo saltou a bordo do comboio das *fake news*. O fato de terem sido publicadas outras quatro notícias acerca da desembargadora e que não lhe são favoráveis (artigos nr. 114, 120, 130, 131, ver anexo 1), não anula a gravidade de ter sido dado espaço a calúnias num órgão de comunicação social de referência - mesmo que sob a capa da objetividade.

Mesmo quando apresenta a notícia de que a irmã de Marielle irá avançar judicialmente contra “difamações e calúnias sobre a vereadora” (artigo nr. 86, ver anexo 1), O Globo publica um printscreen do Tweet de Alberto Fraga (rever Figura 5), e escreve:

“A publicação de Arielle não cita nomes, mas foi feita após uma desembargadora do Tribunal de Justiça do Rio (TJ-RJ), Marília Castro Neves, acusar Marielle de estar "engajada com bandidos".

Também horas antes da publicação da família, o deputado federal Alberto Fraga (DEM) chegou a publicar, no Twitter, que Marielle era um mito da esquerda, que engravidou aos 16 anos, era ex-mulher do Marcinho VP e eleita por uma facção criminosa.

Depois de ser criticado por compartilhar as notícias falsas, Fraga apagou a publicação: "Não fui o primeiro, nem serei o último a errar publicando uma notícia falsa" Para outro seguidor, ele disse que "Não apaguei para esconder, apaguei porque percebi que era fake News".” (O Globo, 2018, 17 de março. Irmã de Marielle afirma que tomará providências contra difamações e calúnias sobre a vereadora, *O Globo*, retirado de <https://oglobo.globo.com>)

De assinalar, no entanto, é o destaque que foi dado às medidas e posições tomadas contra a divulgação de *fake news* acerca de Marielle (artigo nr.110, ver anexo 1).

“A consultoria identificou, por volta das 15h da última sexta-feira, um pico de buscas no Google sobre um traficante de drogas, a quem atribuíam um relacionamento com Marielle. Como naquele momento não havia nada em redes sociais como Twitter e Facebook sobre o assunto, a equipe da Bites concluiu que as mentiras sobre a vereadora — que envolviam o criminoso — haviam se espalhado a partir do WhatsApp.

De acordo com Wilson Gomes, professor da Universidade Federal da Bahia e especialista em democracia digital, as notícias falsas se espalham nas redes com a mesma estrutura que os antigos boatos ou e-mails de correntes, só que em um ritmo muito mais acelerado.

— Neste momento, no Brasil e no restante mundo, grupos radicais de direita são os maiores propagadores de fake news. Com elas, garantem um bom espaço nas redes.” (Carina Bacelar, 2018, 20 de Março. Iniciativas para combater informações falsas contra Marielle mobilizam a web, *O Globo*, retirado de <https://oglobo.globo.com>)

Esta citação vem comprovar tudo o que tem vindo a ser dito a propósito da disseminação e do alcance deste fenómeno, a par com a investigação do Labic e do blog “É Isso Mesmo?”, projeto d’O Globo (ver artigo nr. 110, anexo 1). Este projeto surge em Abril de 2018, e define-se como um “Blog formado por uma equipe de jornalistas do GLOBO especializados em checagem de informações apresentadas por políticos, lideranças ou disseminadas por usuários de redes sociais”¹³. É relevante assinalar que um órgão de comunicação social reconhecido tome a iniciativa de criar uma estrutura de fact-checking dentro do próprio organismo. Pode ler-se no seu “Manual para identificar notícias falsas na

¹³ <https://blogs.oglobo.globo.com/eissomesmo/post/nao-caia-nessa-manual-para-identificar-noticias-falsas-na-internet.html>

Internet” que uma das coisas em que os leitores devem atentar é que “Quando uma informação é verdadeira e relevante, ela provavelmente foi publicada por algum veículo profissional de imprensa”. E mesmo assim foi dada repercussão à publicação da desembargadora. Paralelamente, o artigo de Gustavo Cunha (artigo nr. 108, ver anexo 1) apresenta exatamente as mesmas informações que o blog *É Isso Mesmo?*. De novo, uma das publicações surge na secção Rio, e a outra na secção Blogs, mas considerando que o blog em causa é redigido por jornalistas d’O Globo, e ambos os artigos são publicados no mesmo dia, isto demonstra pressa e falta de coordenação na redação do jornal, para que não se repitam conteúdos.

Noutra nota, o artigo nr. 106 (ver anexo 1) dá conta do afastamento de um delegado da cidade de Pernambuco que é afastado após publicações injuriosas contra a vereadora nas redes sociais. E ainda assim, é publicado um printscreen do comentário em causa. Poder-se-á argumentar que serve este printscreen para dar corpo à notícia, ou que a ausência dessa prova pode criar suspeitas sobre a autenticidade da notícia.

O artigo “Como ganhou corpo a onda de ‘fake news’ sobre Marielle Franco” (artigo nr. 149, ver anexo 1), já citado no capítulo 6.1., foi o último a ser publicado pel’O Globo dentro da janela temporal considerada para esta análise, a 23 de março, e demonstra uma análise pausada, e comedida, deste fenómeno, com uma linha cronológica e organizada, que facilita a compreensão do leitor do episódio em causa.

Talvez por ter sido publicado já fora dos dias quentes da discussão sobre Marielle, os jornalistas tiveram tempo para fazer uma pesquisa adequada, e construírem uma narrativa coesa, coisa que não se pode dizer quanto às publicações de 15 de Março, por exemplo. O ditado popular português diz que “a pressa é inimiga da perfeição”, e no jornalismo da era das redes sociais confirmamos que a pressa do digital faz um enorme desserviço à qualidade jornalística.

De 149 publicações sobre o homicídio de Marielle Franco, quase 17% delas davam conta do episódio de *fake news* que se criou. Isto demonstra que as *fake news* já não são meramente uma estratégia mesquinha para chamar a atenção de leitores distraídos. Isto é prova que as *fake news* já têm uma penetração tal na sociedade civil que o jornalismo não pode simplesmente ignorá-las, ou descartá-las como um fenómeno passageiro das redes sociais. Elas já têm uma penetração tal na sociedade, nas redes e no jornalismo profissional que conseguem deturpar um debate sobre um assassinato político para o transformar numa defesa da honra e do bom nome de uma vereadora.

A primeira função do jornalismo é para com a verdade, dizem-nos Kovach e Rosenstiel. Quando a mentira teima em querer fazer-se verdade, e ela é tão ubíqua, a tarefa dos jornalistas passa pela atenção e pela recusa em fazer eco da mentira, por sedutora que ela pareça.

4. Um futuro para a contra-informação: verificação de fatos e reposição da verdade

“Las ruinas no nos dan miedo. Sabemos que no vamos a heredar nada más que ruinas, porque la burguesía tratará de arruinar el mundo en la última fase de su historia. Pero –le repito– a nosotros no nos dan miedo las ruinas, porque llevamos un mundo nuevo en nuestros corazones. Y ese mundo está creciendo en este instante.”
Buenaventura Durruti em entrevista a Van Passen, 1936.

“A contra-informação será assim a nova forma do sistema de informação, que será o reflexo da visão do mundo deste novo homem. (...) Resumindo: contra-informação é a revolução dos meios de comunicação de massa e a instauração de uma nova forma de comunicação, à imagem da cultura de um novo homem (...)” - Flusser, V., 1982, “A contra-informação como acto cultural”, p.160

Por forma a rematar esta dissertação numa nota mais positiva, há que deixar claro que o cenário não é tão negro como possa parecer. Se é verdade que os próximos anos auguram momentos de crise para o jornalismo, para a credibilidade da imprensa, para uma opinião pública saudável e informada, também é verdade que este pode ser um momento-chave para a contra-informação se apresentar como uma oposição sustentável a este terrível fenómeno.

Logo no capítulo 1.4. situamos teoricamente a contra-informação e os *media* radicais alternativos (Downing, 2001), e algumas das suas funções e objetivos. Até alguns dos seus mecanismos de funcionamento apontamos - desde os *media* pequenos e anti-hegemónicos, até às redes de comunicação interpessoal (ou auto-comunicação) como escreve Castells. Mesmo considerando a contemporaneidade da obra de Castells (2012), é preciso considerar que muito - imenso - mudou nos últimos seis anos.

Percebemos que não é possível isolar a contra-informação, quando a analisamos e/ou quando a praticamos, porque ela se insere em contextos e responde a necessidades específicas (p.20 da presente dissertação). Temos de inserir a contra-informação num contexto de poder estatal, hegemonia e insubordinação para a compreendermos (Downing, 2001, p.19). Da mesma forma que a auto-comunicação de massas que surgiu no Egito aquando da Primavera Egípcia se metamorfoseou múltiplas vezes para contornar os mais variados obstáculos interpostos pelo Estado, também a contra-informação tem de se metamorfosear. E chegamos

a um momento em que a contra-informação e a auto-comunicação de massas começam a convergir.

Recuperando uma breve citação de Anamaria Fadul, apontamos uma possível interpretação do que é a contra-informação para lá do jornalismo político e dos media radicais alternativos conforme os define Downing:

"Contudo, o conceito de contra-informação tal como ele é entendido por P. Baldelli em seu texto *Informazione e contro-informazione*, significa ao mesmo tempo práticas de comunicação e militância política que resistem à ordem hegemónica e lutam pela instalação de uma nova hegemonia. Essa prática de contra-informação refere-se tanto à operação clandestina, fora do circuito normal, com a criação de meios populares próprios de transmissão de informações, como a ocupação de espaços e brechas deixados nos meios de comunicação como estão instituídos, ou seja, a utilização política do cinema, das canções, do teatro, do jornal, da televisão, conforme as possibilidades oferecidas em cada situação específica. A contra-informação pressupõe, portanto, um processo que visaria "garantir a circulação de informações sobre situações de classe, à margem dos canais controlados pelo poder constituído e também utilizando espaços que as contradições da burguesia oferecem no seio desses canais". (1982, p.36)

Castells escreve sobre como importa não só criar um espaço de comunicação autónoma e livre, como importa também criar um espaço físico e público, e que isso implica que o espaço seja ocupado, em oposição aos espaços que são dominados pelas elites, ainda que não sejam vedados. Aponta três motivos básicos:

1) a construção de uma comunidade pela proximidade física, enquanto ferramenta para ultrapassar o medo. Fala sobre como as barricadas erguidas nas ruas são frágeis, em termos defensivos, mas que são acima de tudo simbólicas: “dentro vs fora”, “nós contra eles”. Esta ocupação do espaço físico que transgride as regras burocráticas permite a outros cidadãos que se juntem, não por aderirem especificamente às ideologias de quem ergue a barricada, mas por estarem lá pelas suas próprias razões.

2) a carga simbólica da ocupação não é isenta. Frequentemente ocupam-se espaços que representam uma área do poder do Estado ou instituições financeiras, para reivindicar o direito de uso público das coisas. “Ao assumir e ocupar o espaço urbano, os cidadãos reivindicam a sua própria cidade, da qual foram expulsos pela especulação imobiliária e pela burocracia municipal”. “O controlo do espaço simboliza o controlo da vida das pessoas”.

3) a construção de uma comunidade livre, então, num espaço simbólico, onde as pessoas recuperem o direito de se auto-representarem, e de criarem um espaço público e político, livre do controlo externo de um Estado ou hegemonia burguesa.

“A questão fundamental é que esse novo espaço público, o espaço em rede, situado entre os espaços digital e urbano, é um espaço de comunicação autónoma. A autonomia da comunicação é a essência

dos movimentos sociais, ao permitir que o movimento se forme e ao possibilitar que ele se relacione com a sociedade em geral, para além do controle dos detentores do poder sobre o poder da comunicação”. (Castells, 2012, p.21)

Então percebemos que a nova contra-informação, a contra-informação da nova era, a par do jornalismo da nova era e das *fake news*, tem de assumir um corpo mais amplo do que tão somente as cartilhas políticas, ou os jornais de parede, ou os fóruns online dissidentes. A nova contra-informação tem de incluir o espaço físico e simbólico, e tem de ser capaz de construir uma comunidade - uma comunidade livre e informada. E esta comunidade tem de ser capaz de se comunicar, e de construir uma plataforma segundo a qual se consigam estabelecer entendimentos e veicular informações.

“A contra-informação verdadeiramente pública é a transformação dos meios de comunicação de massa tal como existem hoje, em estrutura participante do processo de dar a palavra ao não-público. (...) Ao dar a palavra, a contra-informação, o sistema de informação verdadeiramente público, responde à aspiração fundamental de igualdade, pois «só a língua dá a igualdade. Um igual é aquele que sabe exprimir-se e compreender a expressão dos outros». É necessário que o sistema de comunicação verdadeiramente público, e o não-público, «falem a mesma língua» e que o fosso cultural que separa o não-público da (sua) cultura seja superado.” (Flusser, 1982, p.163)

"Los movimientos sociales ejercen el contrapoder construyéndose en primer lugar a sí mismos mediante un proceso de comunicación autónoma, libre del control del poder institucional." (Castells, 2012, p.27)

Ora, se a contra-informação existe para contestar o poder estabelecido e o discurso hegemónico, ela hoje vê-se confrontada com uma missão mais desafiante do que era antes, tal como demonstrado pelas Figuras 1 e 3 (no capítulo 1.5. da presente dissertação). A contra-informação existia quase que em simbiose com a informação, o jornalismo objetivista já discutido. Complementava-a, apresentando novos elementos à narrativa dominante, analisava e desmontava o discurso hegemónico, mas era quase sempre esse mesmo discurso que funcionava como catalista do trabalho contra-informativo. Quanto à desinformação, os *media* radicais em que a contra-informação opera focavam-se em identificar e atacar as estratégias desinformativas quando elas atingiam o público. Hoje o paradigma altera-se. Quando a desinformação chega diretamente ao público sob forma de *fake news*, e o jornalismo corre atrás dessa desinformação, a contra-informação tem funções acrescidas.

Conforme já foi demonstrado anteriormente, noutros tempos a desinformação precisava sempre de passar pelo *gatekeeping* jornalístico antes de se estabelecer como sendo verdadeira e legítima, então raras vezes os *media* radicais tinham acesso aos agentes desinformativos. Só

intervinham quando a coisa já estava consumada. Na era das *fake news*, não há portão que trave a desinformação antes de ela chegar ao público. Mas na era das redes sociais, os agentes desinformativos têm contas de Facebook e perfis de Twitter. O que oferece muito mais material de trabalho, mas muito mais área para cobrir, a quem faz contra-informação.

Se a contra-informação é o contrariar do discurso dos *media*, do discurso hegemônico, é empoderar o público e dar-lhe ferramentas para se organizar e comunicar para lá das instituições, o futuro da contra-informação está na reposição da verdade quando ela se torna cada vez mais difusa à mão das *fake news* e do jornalismo que corre atrás delas.

O trabalho de sites como o Snopes ou o PolitiFact, já antes enunciados, de estruturas mais radicais como os Centros de Media Independentes, e até mesmo de organismos dentro dos próprios órgãos de comunicação social, demonstra como prevalece a necessidade de confirmar a verdade e desmontar as mentiras. É de assinalar como o jornal O Globo, alvo de análise no capítulo anterior, tem dois projetos que visam, exatamente, fazer verificação de fatos - o blog “É Isso Mesmo?”, e o blog “Na Base de Dados”. Portanto, uma estrutura que também pauta o discurso hegemônico tem dentro de si mesma sub-estruturas que visam desmontá-lo. A contra-informação começa a ganhar terreno dentro das mesmas estruturas a que se opunha - e isto é um sinal dos tempos.

Os princípios e valores do jornalismo que Kovach e Rosenstiel enumeram estão a tornar-se difíceis de alcançar pelos próprios profissionais, pelos múltiplos motivos que fomos considerando - a ubiquidade, a velocidade, a escassez de recursos, a pressão dos *media* corporativistas, o emagrecimento das redações, a precarização da profissão. Então, e se a missão do jornalismo continua a ter de ser cumprida, como é que ela se vai cumprir?

Para estabelecer uma distinção clara entre jornalismo e contra-informação, temos de considerar os pressupostos em que eles funcionam, partindo logo à partida da comercialização dos mesmos e da competitividade comercial:

“Los medios alternativos no tienen ningún afán de competición, pero es necesario que vayamos dándoles entidad como propuestas de comunicación que, probablemente, nos permitan más participación que los tradicionales.” (Serrano, 2009, p.670)

Os projetos de contra-informação, internos ou externos às estruturas hegemônicas, permitem e dependem de uma participação nas suas linhas muito mais ampla do que o jornalismo objetivistas e profissionalizado. A abertura e indefinição da profissão sempre permitiram um largo leque de conhecimentos e de diferentes *know-how* dentro das redações. Mas ainda assim, mesmo por uma questão de auto-preservação, não era qualquer um que podia fazer-se jornalista.

“Tal perspectiva como que reatualiza uma questão antiga, dado que o jornalismo foi, desde sempre, uma profissão aberta, no sentido de que é o seu exercício (nos respetivos quadros legais, éticos e deontológicos) que determina a respetiva identidade profissional e não a existência de uma formação de tronco comum, formal e especificamente pensada para preparar futuros profissionais, como sucede, por exemplo, com os médicos, arquitetos, engenheiros ou juristas (TRAQUINA, 2004; Singer, 2003). O conceito de profissão ou, melhor dizendo, os quadros teóricos ligados à noção de profissão que marcaram uma boa parte do século XX hesitaram muito em acolher o jornalismo como profissão, preferindo olhá-lo antes como uma ocupação.” (Figueira, 2015, p.60)

As novas ferramentas, nomeadamente as redes sociais, podem dotar qualquer cidadão de competências para fazer atos jornalísticos - não fazendo deles jornalistas. E a contra-informação também não precisa do *savoir-faire* jornalístico, nem de se reger pelas mesmas regras canónicas, para cumprir o seu trabalho e a sua missão. Para lá de dar voz e levar luz para cima de temas que os grande *media* desconhecem, ou fazem por desconhecer, a contra-informação também tem servido uma função de cão de guarda. Não só dos poderes instituídos, mas também dos *media* que cobrem esses poderes.

Bom exemplo disso é a página de Facebook “Os Truques da Imprensa Portuguesa”¹⁴, que se dedica a analisar conteúdos jornalísticos portugueses, nas suas mais diversas formas e desmontá-los. Desde os títulos enganadores e apelativos ao click, até aos conteúdos desinformativos, até aos interesses ocultos, até às *fake news*. Exemplo recente foi o episódio com a jornalista Clara Pais, do jornal PÚBLICO, quando publica a 20 de Agosto uma notícia intitulada “Maioria das famílias vai dispensar manuais gratuitos”¹⁵. Logo no lead da notícia lê-se que “Inquérito promovido pelo Observador Cetelem dá conta de uma reduzida adesão ao programa de manuais gratuitos, que este ano abrangerá todos os alunos do 1.º ao 6.º ano que estão no ensino público”. Quatro dias depois, a antiga diretora do PÚBLICO, Bárbara Reis, faz um exercício de fact-checking dentro da própria estrutura do jornal que publica um artigo aparentemente desinformativo e que ela própria chegou a dirigir. Ao publicar um texto de opinião que tituló “O misterioso interesse do Cetelem pelos manuais escolares”, onde desmonta todo o estudo em que a notícia de Clara Viana assentou. Citando uma publicação de 24 de Agosto da página Os Truques, sobre o texto de Bárbara Reis:

“E as dúvidas que se levantaram foram muito diversas; desde logo, sobre o interesse esdrúxulo que a CETELEM, uma empresa francesa de crédito ao consumo e promotora do tal estudo, manifestava no regresso às aulas das crianças portuguesas, todos os anos, por esta altura. Sim, a CETELEM que tem

¹⁴ <https://www.facebook.com/ostruques/>

¹⁵

<https://www.publico.pt/2018/08/20/sociedade/noticia/maioria-das-familias-vai-dispensar-manuais-gratuitos-1841579>

no crédito à compra de manuais escolares uma das componentes do seu negócio (tem, inclusive, uma parceria com uma editora de manuais escolares) é a mesma CETELEM que faz estudos (com falhas metodológicas graves) que acabam por promover a compra de manuais escolares em detrimento da troca. Triste papel este a que o Público se prestou, ao assumir-se como veículo de interesses económicos e comerciais e de uma mensagem especialmente dirigida aos mais vulneráveis.” (Os Truques da Imprensa Portuguesa, 2018, 24 de Agosto, descrição de imagem. Retirado de <https://www.facebook.com/ostruques/photos/a.410940029103291/876632555867367/?type=3&theater>)

Dias depois, Lusa, Expresso, SIC, SAPO, JN, e CM reproduziram o mesmo estudo da CETELEM desmontado por Bárbara Reis nas páginas do PÚBLICO, e Os Truques analisaram e expuseram todo o processo: da notícia desinformativa da Clara Viana, ao texto de Bárbara Reis, aos interesses económicos da CETELEM, à reprodução em eco de um estudo cujo único interesse estava junto da empresa que o encomendou.

A verificação de fatos, venha ela de uma coluna do PÚBLICO, de uma página de Facebook, de um perfil de Twitter, de um blog do jornal O Globo, de um fórum político dissidente, é um exercício cada dia mais complicado e mais necessário, e este exercício está cada dia mais dependente de quem não depende de uma empresa mediática para poder executá-lo. É certo, sem dúvida, que vimos que é possível fazer contra-informação (no sentido de ela ir contra o discurso dos *media*) dentro dos próprios, mas torna-se cada vez mais ameaçador para os jornalistas fazê-lo (ver artigo nr. 124, anexo 1). Contar a verdade sempre foi uma missão perigosa, mas mais perigoso é quando é a mentira que vende e que se consome. Então torna-se competência de quem não é jornalista cumprir a missão que quem é jornalista já não consegue cumprir.

O futuro da contra-informação já não passa só pelas cartilhas clandestinas, ou pelas rádios pirata - também, mas não só. O futuro da contra-informação está na reposição da verdade que as *fake news* teimam em querer sufocar, está nas mãos de cada cidadão que queria construir uma comunidade e uma opinião saudável, e está também nas mãos dos jornalistas que continuam a querer cumprir aquilo que se propuseram fazer quando ingressaram nas fileiras desta profissão.

Conclusão

A conclusão a que podemos chegar é que vivemos tempos estranhos, e perigosos. E que não afiguram nada de bom para o futuro. A mentira que se quer verdade nunca teve tanto espaço de manobra. O jornalismo como ofício está cada vez mais entregue aos lobos - por lobos, leia-se interesses ocultos, comerciais e políticos. Os jornalistas, que eram os encarregues de cuidar os portões da opinião pública, deixaram as portas escancaradas e correram atrás do uivo do lobo. As pessoas estão cada vez mais isoladas dentro dos seus pequenos portões, mas dotadas de uma crescente sensação de esclarecimento, que é absolutamente ilusória. Os estereótipos agudizam-se e polarizam opiniões e pessoas. As redes sociais potenciam o que há de melhor e de pior na experiência humana e interpessoal.

Não quer isto dizer que a hecatombe está ao virar da esquina. Recuperando a ideia de João Figueira (2015), inserida na Introdução desta dissertação: “A era digital transformou sem dúvida as nossas vidas, modificou relacionamentos, encurtou distâncias, trouxe também novas práticas profissionais e, no campo da comunicação e da informação, as alterações que está a provocar só têm paralelo com a revolução de Gutenberg.” (p.66). E se a imprensa de Gutenberg foi diabolizada e instrumentalizada pelo poder ao mesmo tempo, o mesmo se passa com as redes sociais conforme as temos hoje. A mesma ferramenta que permite a produção em massa de Bíblias é a ferramenta que, mais tarde, imprime as 95 Teses de Martinho Lutero.

Kovach e Rosenstiel (2014) logo no início deste texto relembram-nos quais são os princípios pelos quais o jornalismo se deve reger, desde o dever para com a verdade até à obrigação para com a consciência pessoal, culminando na responsabilidade e responsabilização dos leitores também - tal como escreve Pascual Serrano (2012) quando fala sobre a necessidade de desenvolver um sentido crítico que veja para lá da “objetividade jornalística”. Percebemos que a “objetividade” é uma máscara usada pelos *media* há muito para justificar tomadas de posição (ou falta de tomadas de posição) quando se trata da interação com os poderes instituídos, e que essa ferramenta é frequentemente utilizada em processos desinformativos ou propagandísticos. Quer isto dizer que, mesmo não perdendo os seus valores de vista, o jornalismo está a manietar-se a si mesmo, quando se permite ceder a

interesses e processos ocultos, tornando-se parte ativa de ações propagandísticas que visem toldar e manipular a opinião pública.

A opinião pública, essa coisa volátil e difícil de definir, foi alvo de análise alongada por decanos dos estudos jornalísticos como Lippman (1922) e Bernays (1928), que demonstram como a propaganda e as relações públicas são uma ferramenta indispensável do exercício de poder numa sociedade hierarquizada. Em todo o momento, percebemos como é sempre de exercícios de poder e contra-poder que falamos. A propaganda funciona então como estratégia para educar uma população a pensar de determinada e a acreditar em determinados ideais. Mais pernicioso é percebermos que se estamos habituados a pensar na propaganda como um fenómeno ostensivo e associado a países em situação bélica ou sob regimes ditatoriais, temos de repensar para conseguirmos encontrar nos discursos mediáticos contemporâneos, conforme comprovam Teixeira (2007) e Serrano (2012).

Mas para lá destas operações profissionalizadas, que exigem trabalho de *backstage* e um *know-how* que não é acessível à esmagadora maioria da população (e daí a sua eficácia), confrontamo-nos com um novo problema, que na realidade não é novo, apenas reconfigurado: as *fake news*.

A leitura crítica da torrente de *fake news* que surgiram em torno de Marielle Franco, do seu trabalho, do seu ativismo, da sua política, permite perceber que não falamos apenas de boatos de pequeno alcance, ou de mentiras mesquinhas mas virtualmente inofensivas. As *fake news* são pensadas e publicadas nas redes sociais de forma a que tenham o maior alcance possível e provoquem tantos estragos como possível. Com recurso a variadíssimas ferramentas, desde as mais antigas - como fotos adulteradas ou simplesmente retiradas de contexto - até às mais recentes - como clips de áudio sem fonte discernível a circularem no WhatsApp até *tweets* feitos por personalidades públicas. O problema maior reside na exploração da susceptibilidade do público, encarcerado nas suas micro-esferas públicas e no seu falso sentimento de esclarecimento, e no alcance que estas *fake news* têm - estamos a falar de centenas de milhares de pessoas a terem acesso a uma mesma informação enganosa numa fração de segundo. Especialmente quando surgem em plataformas que se apresentam como órgãos de comunicação social mas na verdade são embustes, torna-se particularmente fácil a viralização de histórias que apelam à visceralidade e a sentimentos atávicos, seja o medo, o ódio, ou a esperança. Mas frequentemente é ao ódio que as *fake news* apelam, com recurso a estereótipos e a exploração de fragilidades e fraturas sociais.

Outro dos grandes problemas das *fake news* é o espaço que elas têm vindo a conquistar nas redações. Com a fragilização e precarização da profissão jornalística, os profissionais têm

cada vez menos tempo para investigar e executarem o seu trabalho adequadamente, para cumprirem com os valores que Kovach e Rosenstiel enumeram. Provou-se isso quando vimos que 17% das 149 publicações online que o jornal O Globo fez durante nove dias a propósito do homicídio de Marielle foram sobre *fake news* - ou quando as legitimam, fazendo eco de discursos que partem de personalidades públicas, mesmo quando se ocultam por trás do escudo da “objetividade”, ou quando as desmontam.

É de assinalar que em mais do que uma circunstância analisada neste texto houve um trabalho de desmontagem de *fake news* ou de processos desinformativos dentro das próprias redações. Há uma maior consciencialização dentro das próprias redações do trabalho que se exige para combater este fenómeno, porque ele entrou nas salas de redação pela porta grande.

Os problemas de ontem do jornalismo hoje exacerbaram-se. O problema da repetição do discurso hegemónico, o problema da falta de crítica nalgum exercício jornalístico, o problema da legitimação da desinformação, torna-se exacerbado na era das redes sociais, onde tudo é mais rápido e não permite tempo para pensar - nem aos jornalistas, nem ao público.

As *fake news* não são coisa de hoje, como já foi dito e demonstrado. O que é coisa de hoje é o alcance que elas têm, e a dimensão que assumem. Mas também é verdade que, simultaneamente, elas surgem e apagam-se com o mesmo imediatismo e a mesma velocidade. O problema de fundo são as lesões que deixam na sociedade - mesmo que desmentidas as mentiras sobre Marielle, alguém irá continuar a acreditar que ela estava associada ao tráfico. Nem sequer há uma solução para as *fake news*, ou para a sua viralidade. A Comissão Europeia encomendou uma análise aprofundada ao fenómeno das *fake news*, que se concretizou num relatório multidisciplinar publicado em março de 2018, e apresenta as seguintes sugestões:

- “1. Aumentar a transparência de notícias online, envolvendo uma partilha de dados que seja adequada e respeite a privacidade acerca dos sistemas que permitem a sua circulação online;
2. Promover literacia mediática e informativa para contrariar desinformação e ajudar os utilizadores a navegarem o ambiente de *media* digital;
3. Desenvolver ferramentas para empoderar utilizadores e jornalistas a atacarem desinformação e potenciarem um envolvimento positivo com tecnologias de informação que evoluem rapidamente;
4. Salvaguardar a diversidade e sustentabilidade do ecossistema noticioso europeu;
5. Promover uma pesquisa continuada sobre os impactos da desinformação na Europa para avaliar as medidas tomadas por diferentes atores e ajustar as respostas necessárias constantemente.” (pp.5-6)

Mesmo as redes sociais que potenciam a disseminação de *fake news* garantem estar a tomar medidas no sentido de as travar - ainda que isso levante questões acerca de processos censórios levados a cabo por grandes corporações.

Mas, para lá das instituições e das corporações, a única solução possível reside em cada indivíduo, e na adequada utilização das ferramentas de que estamos dotados. Conforme tentamos demonstrar no último capítulo deste trabalho, depende de cada cidadão construir a sua rede de auto-comunicação de massas (Castells, 2012), transformá-la numa ferramenta de contra-informação, expandi-la e permitir a construção de uma opinião pública saudável e plural. O discurso hegemónico sempre procurou o consentimento da opinião pública, mas quando a opinião pública está fraturada e mal informada, a responsabilidade recai em cada um de nós. De novo, vivemos tempos estranhos e perigosos. E isso faz de cada um de nós responsável pelo seu próprio destino, intrinsecamente ligado com o do próximo. Se a desinformação vem de cima para baixo, e as *fake news* operam horizontalmente, compete-nos a cada um de nós sermos *gatekeepers* das nossas próprias micro-esferas, necessariamente desconfiados e alertas, e transformarmo-nos, nós próprios, em veículos de verdade. Mesmo que seja a nossa. Para que a mentira que se quer verdade não se torne verdadeira.

Bibliografia

- Alcott, H., Gentzkow, M., “Social Media and Fake News in the 2016 Election” (2017), in “Journal of Economic Perspectives”, pp.211-236, Volume 31, nº2
- Alexander, J.C., “Journalism, democratic culture, and creative reconstruction” (2016) in “The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic culture, Professional Codes, Digital Future”, coord. Alexander, J. C., Breese, E. B., Luengo, M., Cambridge University Press
- Aguiar, S., “Discursos anti-mediáticos na Web: entre a contra-informação e a contracomunicação” (2009), I Colóquio Internacional Discurso & Media, Salvador, Brasil
- Bernays, E. L., “Propaganda” (1928), ficheiro público acessível em: <https://www.pdf-archive.com/2017/01/17/edward-bernays-propaganda-1928/>
- Bernays, E.L., “Crystallizing Public Opinion” (1961, primeira ed. 1923), acessível em: <http://www.lelibertaire.xyz/Bernays-crystallizing-public-opinion.pdf>
- Castells, M., “Comunicación y poder” (2009), Alianza Editorial, S.A., Madrid
- Castells, M., “Redes de Indignación y Esperanza: los Movimientos Sociales en la Era de Internet” (2012), Alianza Editorial, S. A., Madrid
- Chomsky, N., Herman, E. S., “Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media” (1988), acessível em <https://focalizalaatencion.files.wordpress.com/2012/08/herman-chomsky-2002-manufacturingconsent.pdf>
- Chomsky, N., “A Manipulação dos Media: os efeitos extraordinários da contra-propaganda” (2003), Inquérito
- Derosa, C., “Como funciona a espiral do silêncio nas redes sociais” (2017), acessível em <http://estudosnacionais.com/geral/como-funciona-espiral-do-silencio-nas-redes-sociais/>
- Downing, J., “Radical Media: rebellious communication and social movements” (2001), California, Sage Publications.

- Fadul, A., “Hegemonia e contra-informação: por uma nova práxis da comunicação” (1982), in “Comunicação, Hegemonia e Contra-informação” pp.25-39, coord. Lins da Silva, C. E., Cortez Editora/Intercom, São Paulo, Brasil
- Fadul, A., Lins da Silva, C. E., Santoro, L. F., “Documento Básico do IV Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação” (1982), in “Comunicação, Hegemonia e Contra-informação”, pp.160-164, coord. Lins da Silva, C. E., Cortez Editora/Intercom, São Paulo, Brasil
- Figueira, J., “O triunfo do jornalismo de comunicação ou a erosão de uma profissão em mudança” (2015) in “Comunicação, jornalismo e espaço público na era digital. Estudos do Século XX”, número 15, pp.58 - 75
- Flusser, V., “A contra-informação como ato cultural” (1982), in “Comunicação, Hegemonia e Contra-informação”, pp.160-164, coord. Lins da Silva, C. E., Cortez Editora/Intercom, São Paulo, Brasil
- Galdón López, G., “Desinformação e os limites da informação”, 2001, Editorial Notícias
- Goveia, F., “Análise das imagens de #mariellepresente: memórias entre a dor e a esperança” (2018). LABIC, Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil. Acessível em <http://www.labic.net/cartografia/analise-das-imagens-de-mariellepresente-memorias-entre-a-dor-e-a-esperanca/>
- Lazer, D.M.J., *et al*, “The Science of Fake News” (2018), in *Science*, vol. 359, nr. 6380, pp.1094-1096.
- Lippman, W., “Public Opinion” (1922), ed. Transaction Publishers, 1998, acessível em https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf
- Malini, F., “Marielle, Presente – Mapa de tweets entre 08 e 16 de março de 2018” (2018). LABIC, Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil. Acessível em: <http://www.labic.net/blog/marielle-presente-mapa-de-tweets-publicados/>
- Mazetti, H. M., “Mídia alternativa para além da contra-informação” (2007), V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, Brasil
- Medeiros, J. S., “Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na internet e participação política” (2013), in “TransInformação”, pp.27-33, vol. 25(1), Campinas, acessível em <http://www.scielo.br/pdf/tinf/v25n1/a03v25n1.pdf>
- Nekovee, A., Moreno, Y., Bianconic, G., Marsilic, M., “Theory of rumour spreading in complex social networks” (2006), in *Physica A*, vol. 374 (2007), pp. 457–470. Acessível em: <https://goo.gl/4mVCm6>

- Orwell, G., “Mil Novecentos e Oitenta e Quatro” (1999), Edições Antígona
- Paz, A., “O Povo em Armas: Buenaventura Durruti e o anarquismo espanhol” vol. 2, Assírio e Alvim
- Pavlik, J., “Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital” (2014), in “Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença”, coord. Canavilhas, J., Livros Labcom, UBI, Covilhã
- Rollsing, C., Lopes, R., (2018, 5 de Maio) “«As pessoas procuram notícias que confirmam o que elas pensam», diz Raquel Recuero”, Gaúchazh. Acessível em <https://goo.gl/176CAk>
- Serrano, P., “Desinformación: como los medios ocultan el mundo” (2009), Península
- Serrano, P., “Periodismo Canalla” (2012), Icaria Editorial
- Steen-Johnsen, K., *et al*, “News on new platforms: Norwegian journalists face the digital age” (2016), in “The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic culture, Professional Codes, Digital Future”, coord. Alexander, J. C., Breese, E. B., Luengo, M., Cambridge University Press
- Teixeira, R., “Ardinas da Mentira”, 2007, Dinossauro
- Volkoff, V., “Pequena História da Desinformação: do cavalo de Tróia à Internet” (2000), Editorial Notícias
- Kovach, B., Rosenstiel, “The Elements of Journalism: what Newspeople should know and the Public should expect”, (2014, 3ª ed.), Three Rivers Press, Nova Iorque

Anexos

Nota: de forma a facilitar a pesquisa nestes conteúdos, em quase todos os itens está listado um link de acesso através da WayBack Machine, já que a esmagadora maioria dos artigos está bloqueada por uma paywall, e os artigos que respeitam ao tema das fake news estão assinalados com um “ xxx ”, para mais rápido acesso a eles.

1. 14 MARÇO - "Vereadora Marielle Franco assassinada a tiros no Estácio". Luã Marinatto. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317071951/https://oglobo.globo.com/rio/vereadora-marielle-franco-assassinada-tiros-no-estacio-22491063>
2. 14 MARÇO - "Marielle Franco: moradora da Maré e a quinta mais votada do Rio". Gabriel Cariello, Madalena Romeo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317140252/https://oglobo.globo.com/rio/marielle-franco-negra-moradora-da-mare-a-quinta-vereadora-mais-votada-do-rio-22491120>
3. 14 MARÇO - "Veja a repercussão do assassinato da vereadora do Rio Marielle Franco". O Globo. RIO. (recolção de reações sobre o assassinato de Marielle:
<https://web.archive.org/web/20180316105956/https://oglobo.globo.com/rio/veja-repercussao-do-assassinato-de-vereadora-do-rio-marielle-franco-22491134>
4. 15 MARÇO - "Para DH (Divisão de Homicídios), assassinos sabiam lugar exato que vereadora Marielle Franco ocupava no carro". Luã Marinatto, Rafael Soares. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317150156/https://oglobo.globo.com/rio/para-dh-assassinos-sabiam-lugar-exato-que-vereadora-marielle-franco-ocupava-em-carro-22491424>
5. 15 MARÇO - "Vídeo mostra assessora da vereadora momentos após o crime". O Globo. RIO. Vídeo de 52 segundos.
<https://web.archive.org/web/20180319144608/https://oglobo.globo.com/rio/video-mostra-assessora-da-vereadora-momentos-apos-crime-22491671>
6. 15 MARÇO - "'Ela repetia que crime não fazia sentido', diz ciclista que conversou com assessora de Marielle Franco". Renato Rodrigues. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316051938/https://oglobo.globo.com/rio/ela-repetia-que-crime-nao-fazia-sentido-diz-ciclista-que-conversou-com-assessora-de-marielle-franco-22491756>
7. 15 MARÇO - "Tiros que mataram vereadora foram disparados de arma de calibre 9mm". Maurício Ferro. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317140822/https://oglobo.globo.com/rio/tiros-que-mataram-vereadora-foram-disparados-de-arma-de-calibre-9mm-22492881>
8. 15 MARÇO - "Temer pediu um minuto de silêncio pela morte da vereadora". Leticia Fernandes. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317140918/https://oglobo.globo.com/rio/temer-pediu-um-minuto-de-silencio-pela-morte-da-vereadora-22493543>
9. 15 MARÇO - "Governo federal coloca PF à disposição para investigar morte de vereadora". Bruno Alfano. RIO.

10. 15 MARÇO - "Jungmann afirma que aparato federal está no Rio empenhado nas investigações". Antonio Werneck. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316065700/https://oglobo.globo.com/rio/jungmann-afirma-que-aparato-federal-esta-no-rio-empenhado-nas-investigacoes-22494467>

11. 15 MARÇO - "Marielle Franco: Jungmann põe PF na investigação do assassinato e vai ao Rio". Rodrigo Tavares. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316121208/https://oglobo.globo.com/rio/marielle-franco-jungmann-poe-pf-na-investigacao-do-assassinato-vai-ao-rio-22491667>

12. 15 MARÇO - "'Temos condições de solucionar o caso' diz chefe da Polícia Civil sobre assassinato de Marielle". Fábio Teixeira. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316104928/https://oglobo.globo.com/rio/temos-condicoes-de-solucionar-caso-diz-chefe-da-policia-civil-sobre-assassinato-de-marielle-22492733>

13. 15 MARÇO - "Marielle Franco: o que se sabe até agora sobre a morte da vereadora e de seu motorista". Maurício Ferro, Rafael Soares. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320151846/https://oglobo.globo.com/rio/marielle-franco-que-se-sabe-ate-agora-sobre-morte-da-vereadora-de-seu-motorista-22494512>

14. 15 MARÇO - "Observatório da Intervenção diz que morte de Marielle ameaça ativistas de favela". Marcos Nunes. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316110055/https://oglobo.globo.com/rio/observatorio-da-intervencao-diz-que-morte-de-marielle-ameca-ativistas-de-favela-22492753>

15. 15 MARÇO - "'Com Marielle demos um passo adiante, sem ela são cem passos para trás', diz representante do Fala Akari". Ana Carolina Torres. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316121847/https://oglobo.globo.com/rio/com-marielle-demos-um-passo-a-diante-sem-ela-sao-cem-passos-para-tras-diz-representante-do-fala-akari-22492729>

16. 15 MARÇO - "Fundadora de projeto social na Maré usava Marielle como exemplo para crianças e jovens". Ana Carolina Torres. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316121131/https://oglobo.globo.com/rio/fundadora-de-projeto-social-na-mare-usava-marielle-franco-como-exemplo-para-criancas-jovens-22491562>

17. 15 MARÇO - "Torquato Jardim: morte de vereadora foi 'mais uma tragédia': Ministro lamentou o assassinato, mas disse que não vai afetar a interveção". O Globo. RIO. (Ministro da Justiça)

18. 15 MARÇO - "Motorista morto com Marielle Franco cobria férias do oficial". Natália Boere e Luã Marinatto. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317150353/https://oglobo.globo.com/rio/motorista-morto-com-marielle-franco-cobria-ferias-do-oficial-22492546>

19. 15 MARÇO - "Corpo de Marielle será levado para Câmara Municipal do Rio". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317150742/https://oglobo.globo.com/rio/corpo-de-marielle-franco-sera-levado-para-camara-municipal-do-rio-22491370>

20. 15 MARÇO - "Universidades liberam alunos e servidores para velório da vereadora Marielle Franco: Unirio e Departamento de Ciências Sociais da PUC-Rio liberaram os estudantes". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180315213715/https://oglobo.globo.com/rio/universidades-liberam-alunos-se-rvidores-para-velorio-da-vereadora-marielle-franco-22493433>

21. 15 MARÇO - "Velório de Marielle mobiliza milhares de pessoas no centro do Rio". Madson Gama, Fábio Teixeira, Igor Ricardo, Juliana Dal Piva, Natália Boere. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317140609/https://oglobo.globo.com/rio/velorio-de-marielle-mobiliza-milhares-de-pessoas-no-centro-do-rio-22492979>

22. 15 MARÇO - "Corpo de motorista de vereadora assassinado é enterrado em Inhaúma". Luã Marinatto. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317123006/https://oglobo.globo.com/rio/corpo-de-motorista-de-vereadora-assassinado-enterrado-em-inhauma-22494082>

23. 15 MARÇO - "Clima de revolta marca enterro da vereadora Marielle Franco no cemitério do Caju". Giselle Ouchana, Luã Marinatto. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317063626/https://oglobo.globo.com/rio/clima-de-revolta-marca-enterro-da-vereadora-marielle-franco-no-cemiterio-do-caju-22493561>

24. 15 MARÇO - "Multidão ocupa a frente da Câmara de Vereadores em homenagem a Marielle Franco: Manifestantes também protestam contra a Polícia Militar". Igor Ricardo, Simone Candida, Madson Gama. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317151056/https://oglobo.globo.com/rio/multidao-ocupa-frente-da-camar-a-de-vereadores-do-rio-em-homenagem-marielle-franco-22492581>

25. 15 MARÇO - "O adeus a Marielle Franco". Globo. RIO. Vídeo, 3 minutos e 52 segundos.

<https://web.archive.org/web/20180318142946/https://oglobo.globo.com/rio/o-adeus-marielle-franco-22494319>

26. 15 MARÇO - "Atos em homenagem a Marielle se multiplicam pelo país". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316045218/https://oglobo.globo.com/rio/atos-em-homenagem-marielle-se-multiplicam-pelo-pais-22494645>

27. 15 MARÇO - "Protestos contra a morte de Marielle Franco reúnem dezenas de pessoas em Lisboa e Nova Iorque". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316023120/https://oglobo.globo.com/rio/protestos-contramorte-de-marielle-franco-reunem-dezenas-de-pessoas-em-lisboa-nova-york-22494546>

28. 15 MARÇO - "Quanto mais vão precisar morrer para que essa guerra acabe?, escreveu Marielle um dia antes de ser morta". Bariel Cariello, Madalena Romeo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317140419/https://oglobo.globo.com/rio/quantos-mais-vao-precisar-morrer-para-que-essa-guerra-acabe-escreveu-marielle-um-dia-antes-de-ser-morta-22491127>

29. 15 MARÇO - "Raquel Dodge estuda federalizar investigação de assassinato de Marielle". Jailton de Carvalho. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317150254/https://oglobo.globo.com/rio/raquel-dodge-estuda-federalizar-investigacao-de-assassinato-de-marielle-22492916>

30. 15 MARÇO - "Vídeo mostra últimos momentos da vereadora Marielle Franco". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316072929/https://oglobo.globo.com/rio/video-mostra-ultimos-momentos-da-vereadora-marielle-franco-22491528>

31. 15 MARÇO - "Artistas lamentam morte de Marielle Franco: 'A que ponto chegamos?'". Júlia Cople. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316120745/https://oglobo.globo.com/rio/artistas-lamentam-morte-de-marielle-franco-que-ponto-chegamos-22492055>

32. 15 MARÇO - "ONU cobra rapidez e transparência nas investigações do assassinato de Marielle Franco". João Paulo Saconi. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317140944/https://oglobo.globo.com/rio/onu-cobra-rapidez-transparencia-nas-investigacoes-do-assassinato-de-marielle-franco-22493621>

33. 15 MARÇO - "Marielle Franco seria anunciada candidata a vice-governadora pelo PSOL". Rafael Soares. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316023535/https://oglobo.globo.com/rio/marielle-franco-seria-anunciada-candidata-vice-governadora-pelo-psol-22494676>

34. 15 MARÇO - "Corpo de vereadora já deixa a Câmara, mas multidão segue na porta da Câmara". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317151155/https://oglobo.globo.com/rio/corpo-de-vereadora-ja-deixou-camara-mas-multidao-segue-na-porta-da-camara-22493707>

35. 15 MARÇO - "Ativistas fazem manifestação na Alerj em protesto contra a morte de vereadora e motorista". Fábio Teixeira, Igor Ricardo, Juliana Dal Piva. Madson Gama, Natália Boere. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320154626/https://oglobo.globo.com/rio/ativistas-fazem-manifestacao-na-alerj-em-protesto-contramorte-de-vereadora-motorista-22493728>

36. 15 MARÇO - "Militantes e lideranças do PSOL se reúnem em ato de solidariedade". Rafael Nascimento. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180316234134/https://oglobo.globo.com/rio/militantes-liderancas-do-psol-se-reunem-em-ato-de-solidieriedade-22491345>

37. 15 MARÇO - "Manifestações são marcadas no Rio e em outras cidades do país após morte de Marielle Franco". Louise Queiroga, Rayanderson Guerra. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180315150126/https://oglobo.globo.com/rio/manifestacoes-sao-marcadas-no-rio-em-outras-cidades-pelo-pais-apos-morte-de-marielle-franco-22491286>

38. 15 MARÇO - "Ato em homenagem a Marielle chega ao plenário da Câmara dos Deputados". O Globo. BRASIL. Vídeo de 52 segundos.

<https://oglobo.globo.com/brasil/ato-em-homenagem-marielle-chega-ao-plenario-da-camara-dos-deputados-22492582>

39. 15 MARÇO - "Inteligência vê indícios de reação à intervenção na morte de Marielle". Juliana Braga. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180315213322/https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/inteligencia-ve-indicios-de-reacao-intervencao-na-morte-de-marielle.html>

40. 15 MARÇO - "'Ela nunca comentou nada a respeito de ataques ou ameaças', diz vereadora amiga de Marielle". Daniel Biasetto. RIO.

41. 15 MARÇO - "Quatro dias antes de ser assassinada, Marielle compartilhou denúncia contra ação de PMs". Globo. RIO:

<https://oglobo.globo.com/rio/quatro-dias-antes-de-ser-assassinada-marielle-franco-compartilhou-denuncia-contr-a-acao-de-pms-22491429>

42. 15 MARÇO - "Imprensa internacional repercute morte de Marielle Franco". Rayanderson Guerra. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316234041/https://oglobo.globo.com/rio/imprensa-internacional-repercute-morte-de-marielle-franco-no-rio-22491307>

43. 15 MARÇO - "Tentaram calar a voz dela, diz irmã da vereadora Marielle Franco". Natália Boere. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316052029/https://oglobo.globo.com/rio/tentaram-calar-voz-dela-diz-irma-da-vereadora-marielle-franco-22491656>

44. 15 MARÇO - "Múltiplos assassinatos num só". Flávia Oliveira. RIO - Opinião.

45. 15 MARÇO - "De luto, lutando". Zélia Duncan - Coluna. CULTURA.
<https://web.archive.org/web/20180316045424/https://oglobo.globo.com/cultura/de-luto-lutando-22493278>

46. 15 MARÇO - "Essa morte derrota o país". Míriam Leitão. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180315220548/https://blogs.oglobo.globo.com/miriam-leitao/post/essa-morte-derrota-o-pais.html>

47. 15 MARÇO - "Somos todos Marielle". Frei Betto - Coluna. SOCIEDADE.
<https://web.archive.org/web/20180316082536/https://oglobo.globo.com/sociedade/somos-todos-marielle-22492271>

48. 15 MARÇO - "Marielle e Edson Luis, os ideais de 1968 e a hora dos artistas". Afonso Borges. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180315100556/https://blogs.oglobo.globo.com/afonso-borges/post/marielle-e-edson-luis-os-ideais-de-1968-e-hora-dos-artistas.html>

49. Xxx 15 MARÇO - "Assassinato de Marielle gera debate e mais de 500 mil menções no Twitter". Blog Na Base de Dados - "disponibiliza bases de dados, apresenta análises, gráficos, infográficos e reportagens produzidos pela equipe do jornal O Globo". BLOGS:
<https://web.archive.org/web/20180317124944/https://blogs.oglobo.globo.com/na-base-dos-dados/post/assassinato-da-vereadora-marielle-franco-gera-debate-e-mais-de-500-mil-mencoes-no-twitter.html>

50. 15 MARÇO - "Portela e Mangueira prestam homenagens a vereadora Marielle Franco". Blog Repinique. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180315220339/https://blogs.oglobo.globo.com/repinique/post/portela-e-mangueira-prestam-homenagens-vereadora-marielle-franco.html>

51. 15 MARÇO - "Moradores da Maré lamentam morte de Marielle Franco: 'Tentaram calar'". Júlia Cople. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316153909/https://oglobo.globo.com/rio/moradores-da-mare-lamentam-morte-de-marielle-franco-tentaram-calar-22491518>

52. 15 MARÇO - "Moradores de Acari lembram luta de Marielle Franco para denunciar violência policial na comunidade". Ana Carolina Torres. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317093512/https://oglobo.globo.com/rio/moradores-de-acari-lembram-luta-de-marielle-franco-para-denunciar-violencia-policial-na-comunidade-22492098>

53. 15 MARÇO - "Manifestantes protestam contra morte de vereadora e motorista no Centro do Rio". Juliana Dal Pilva. Madson Gama. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180317122905/https://oglobo.globo.com/rio/manifestantes-protestam-contramorte-de-vereadora-motorista-no-centro-do-rio-22494323>

54. 15 MARÇO - "Milhares se reúnem em SP em protesto contra morte de Marielle". Bruno Calixto. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316105810/https://oglobo.globo.com/rio/milhares-se-reunem-em-sp-em-protesto-contramorte-de-marielle-22494206>

55. 15 MARÇO - "Assassinato afeta apoio à intervenção, admite subsecretário de Segurança". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180318125031/https://oglobo.globo.com/rio/assassinato-afeta-apoio-intervencao-admite-subsecretario-de-seguranca-22494927>

56. 15 MARÇO - "General defende reação arrasadora contra assassinato de Marielle Franco". Rodrigo Taves. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180318125053/https://oglobo.globo.com/rio/general-defende-reacao-arrasadoracontra-assassinato-de-marielle-franco-22494742>

57. 15 MARÇO - "Morte de Marielle é um golpe de desmobilização na luta contra a violência". Michael Freitas Mohallem - Opinião. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316033454/https://oglobo.globo.com/rio/artigo-morte-de-marielle-um-golpe-de-desmobilizacao-na-luta-contraviolencia-22495066>

58. 15 MARÇO - "Assassinaram não só Marielle, mas um projeto de renovação na política". Maria Fernanda Delmas - Opinião. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316045315/https://oglobo.globo.com/rio/artigo-assassinaram-nao-so-marielle-mas-um-projeto-de-renovacao-na-politica-22492790>

59. 15 MARÇO - "Análise: um crime que assombra 2018". Maiá Menezes. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316153755/https://oglobo.globo.com/rio/analise-um-crime-que-assombra-2018-22492084>

60. xxx 15 MARÇO - "'Mataram a minha mãe mais 46 mil eleitores', escreve filha de Marielle Franco". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316064113/https://oglobo.globo.com/rio/mataram-minha-mae-mais-46-mil-eleitores-escreve-filha-de-marielle-franco-22494146>

61. 16 MARÇO - "Polícia Civil investiga envolvimento de milícia na morte de vereadora". Marcos Nunes. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180322025829/https://oglobo.globo.com/rio/policia-civil-investiga-envolvimento-de-milicia-na-morte-de-vereadora-22497435>

62. 16 MARÇO - "Agentes apuram a participação de segundo carro em crime contra vereadora e motorista". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319151312/https://oglobo.globo.com/rio/agentes-apuram-participacao-de-segundo-carro-em-crime-contravereadora-motorista-22495566>

63. 16 MARÇO - "Jungmann diz que munição do caso Marielle foi roubada da Polícia Federal". Rodrigo Taves. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180320131924/https://oglobo.globo.com/rio/jungmann-diz-que-municao-do-caso-marielle-foi-roubada-da-policia-federal-22497910>

64. 16 MARÇO - "Com morte de Marielle, Temer desiste de ir ao Rio". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180322172708/https://oglobo.globo.com/rio/com-morte-de-marielle-temer-desiste-de-ir-ao-rio-22497960>
65. 16 MARÇO - "Plenário do STF decidirá se mantém ou suspende intervenção no Rio". André de Souza. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180322172743/https://oglobo.globo.com/rio/plenario-do-stf-decidira-se-mantem-ou-suspende-intervencao-no-rio-22498537>
66. 16 MARÇO - "Auxiliares de Dodge veem assassinato de Marielle semelhante ao de Patrícia Acioli". Vinicius Sassine. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319151440/https://oglobo.globo.com/rio/auxiliares-de-dodge-veem-assassinato-de-marielle-semelhante-ao-de-patricia-acioli-22495830>
67. 16 MARÇO - "Em artigo a jornal, Marielle Franco aponta caminhos para a solução da crise na segurança e em outras áreas". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180321031142/https://oglobo.globo.com/rio/em-artigo-jornal-marielle-franco-aponta-caminhos-para-solucao-da-crise-na-seguranca-em-outras-areas-22495963>
68. 16 MARÇO - "'Queremos intervenção na cultura e na educação', diz diretora do colégio onde Marielle estudou". Natália Boere. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317141753/https://oglobo.globo.com/rio/queremos-intervencao-na-cultura-na-educacao-diz-diretora-do-colegio-onde-marielle-estudou-22496296>
69. 16 MARÇO - "Canal Brasil disponibiliza 'Cidade partida' com Marielle Franco: 'Favela não é problema. Favela é solução'". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319075122/https://oglobo.globo.com/rio/canal-brasil-disponibiliza-cidade-partida-com-marielle-franco-favela-nao-problema-favela-solucao-22496089>
70. 16 MARÇO - "Imagens mostram Marielle entrando no carro antes de ser morta". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180321170801/https://oglobo.globo.com/rio/imagens-mostram-marielle-entrando-no-carro-antes-de-ser-morta-22498043>
71. 16 MARÇO - "Em depoimento, testemunha que estava no carro com Marielle conta como foi hora do crime". Chico Otávio. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180322172837/https://oglobo.globo.com/rio/em-depoimento-testemunha-que-estava-no-carro-com-marielle-conta-como-foi-hora-do-crime-22497725>
72. 16 MARÇO - "Em homenagem a Marielle, PSOL prepara ato no Buraco do Lume". Maurício Ferro. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180318072146/https://oglobo.globo.com/rio/em-homenagem-marielle-franco-psol-prepara-ato-no-buraco-do-lume-22495807>
73. 16 MARÇO - "Mensagem de luto por Marielle Franco é rasgada na fachada da 'Casa das Pretas'". Ricardo Rigel. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317121222/https://oglobo.globo.com/rio/mensagem-de-luto-por-marielle-franco-rasgada-na-fachada-da-casa-das-pretas-22497312>
74. 16 MARÇO - "Para especialistas, assassinato expõe traços de barbárie e ganha força simbólica contra a violência". Gabriel Cariello. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180319173144/https://oglobo.globo.com/rio/para-especialistas-assassinato-ex-poe-tracos-de-barbarie-ganha-forca-simbolica-contra-violencia-22495133>

75. 16 MARÇO - "Comissão da Câmara cobra apuração da morte de Marielle Franco". Igor Mello. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316174459/https://oglobo.globo.com/rio/comissao-da-camara-cobra-apuracao-da-morte-de-marielle-franco-22496352>

76. 16 MARÇO - "Um assassinato, 46,502 votos, milhares de brasileiros". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180322172254/https://oglobo.globo.com/rio/um-assassinato-46502-votos-milhares-de-brasileiros-22495345>

77. 16 MARÇO - "Mulher, negra, favelada, bissexual, pensadora. Marielle Franco era muitas". Caio Barreto Briso, Carina Bacelar. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180322030018/https://oglobo.globo.com/rio/mulher-negra-favelada-bissexual-pensadora-marielle-franco-era-muitas-22495357>

78. 16 MARÇO - "Marielle lutou para não virar estatística". Bernardo Mello Franco. OPINIÃO.
<https://web.archive.org/web/20180316112436/https://blogs.oglobo.globo.com/bernardo-mello-franco/post/marielle-lutou-para-nao-virar-estatistica.html>

79. 16 MARÇO - "Freixo posta despedida para Marielle: 'Como eu queria que você estivesse aqui comigo'". Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180316154708/https://oglobo.globo.com/rio/freixo-posta-despedida-para-marielle-como-eu-queria-que-voce-estivesse-comigo-22495603>

80. 16 MARÇO - "As homenagens a Marielle Franco pelas ruas do Brasil". Globo. RIO. Vídeo, 1 minuto 52 segundos.
<https://oglobo.globo.com/rio/as-homenagens-marielle-franco-pelas-ruas-do-brasil-22497850>

81. 16 MARÇO - "Flamengo fará homenagem a Marielle e Anderson". Bruno Goés. BLOGS.
<https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/flamengo-fara-homenagem-marielle-e-anderson.html>

82. 16 MARÇO - "Marielle Franco: tiros atingem um país". Ancelmo Góis. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180316134203/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/marielle-franco-tiros-atingem-um-pais.html>

83. 16 MARÇO - "Crime contra a democracia". Merval Pereira. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180316171731/https://blogs.oglobo.globo.com/merval-pereira/post/crime-contra-democracia.html>

84. 16 MARÇO - "Temer não comenta morte de vereadora em evento no litoral de SP". Gustavo Schmitt. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180317114010/https://oglobo.globo.com/rio/temer-nao-comenta-morte-de-vereadora-em-evento-no-litoral-de-sp-22498628>

85. xxx 16 MARÇO - "Desembargadora acusa Marielle Franco de engajamento com bandidos". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180321140326/https://oglobo.globo.com/rio/desembargadora-acusa-marielle-franco-de-engajamento-com-bandidos-22500122>

86. xxx 17 MARÇO - "Irmã de Marielle afirma que tomará providências contra difamações e calúnias sobre a vereadora". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320083357/https://oglobo.globo.com/rio/irma-de-marielle-afirma-que-to-mara-providencias-contradifamacoes-calunias-sobre-vereadora-22500783>

87. 17 MARÇO - "Ativistas de Acari fogem da favela por medo após execução de vereadora". Bruno Alfano. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320131149/https://oglobo.globo.com/rio/ativistas-de-acari-fogem-da-favela-por-medo-apos-execucao-de-vereadora-22500814>

88. 17 Março - "Polícia busca pistas de assassinato de Marielle na Câmara do Rio". Marcos Nunes. Marcela Sorosine. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320152224/https://oglobo.globo.com/rio/policia-busca-pistas-de-assassinato-de-marielle-na-camara-do-rio-22500568>

89. 17 MARÇO - "Sectarizar morte de Marielle é um desserviço". Editorial. O Globo.

<https://web.archive.org/web/20180319084659/https://oglobo.globo.com/opinio/sectarizar-morte-de-marielle-um-desservico-22499032>

90. 17 MARÇO - "O assassinato de Marielle Franco". Globo. RIO. Vídeo, 1 minuto 51 segundos.

<https://oglobo.globo.com/rio/o-assassinato-de-marielle-franco-22493183>

91. 17 MARÇO - "No facebook, 75% se solidarizam com luto por Marielle". Clarissa Stycer. BLOGS.

<https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/no-facebook-75-se-solidarizam-com-luto-por-marielle.html>

l

92. 17 MARÇO - "Colégio da Maré receberá o nome de Escola Municipal Vereadora Marielle Franco". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180908210626/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/colégio-da-maré-receberá-o-nome-de-escola-municipal-vereadora-marielle-franco.html>

93. 17 MARÇO - "Excluída em 2017 por 'critérios de notoriedade' página de Marielle é recriada na Wikipedia". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180327195511/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/excluída-em-2017-por-criterios-de-notoriedade-página-de-marielle-e-recriada-no-wikipedia.html>

94. xxx 17 MARÇO - "Morte de Marielle repercute pelo mundo. Nas redes, mais de 200 mil postagens". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180908210909/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/morte-de-marielle-repercute-pelo-mundo-nas-redes-mais-de-200-mil-postagens.html>

95. xxx 17 MARÇO - "Quem era 'essa Marielle?': Com nome quase francês, mistura de Maria com 'elle', estampa poderosa, o cabelo afro e a fala potente, reunia num só corpo e numa só cabeça todas as definições de minorias". Ruth de Aquino. OPINIÃO.

<https://web.archive.org/web/20180318054943/https://oglobo.globo.com/opinio/quem-era-essa-marielle-22498727>

96. 18 MARÇO - "Imagens mostram carro de Marielle sendo seguido por dois veículos". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180322094333/https://oglobo.globo.com/rio/imagens-mostram-carro-de-marielle-sendo-seguido-por-dois-veiculos-22501764>

97. 18 MARÇO - "Escrivão da PF nega envolvimento em desvio de munição usada no assassinato de Marielle Franco". Antônio Werneck. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180318225631/https://oglobo.globo.com/rio/escrivao-da-pf-nega-envolvimen-to-em-desvio-de-municao-usada-no-assassinato-de-marielle-franco-22502548>
98. 18 MARÇO - "Assessora de Marielle relata o terror vivido durante o ataque". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319045418/https://oglobo.globo.com/rio/assessora-de-marielle-relata-terr-or-vivido-durante-ataque-22503079>
99. 18 MARÇO - "'Por que eu não estava no lugar do Anderson?', diz viúva de Marielle". O Globo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319045532/https://oglobo.globo.com/rio/por-que-eu-nao-estava-no-lugar-do-anderson-diz-viuva-de-marielle-1-22503060>
100. 18 MARÇO - "Vinícius e Marielle: Naquela noite de quarta-feira, isolar o futebol da vida real se tornou impossível". Marcelo Barreto. DESPORTO.
<https://web.archive.org/web/20180319000903/https://oglobo.globo.com/esportes/vinicius-marielle-22501600>
101. 18 MARÇO - "É preciso falar de Marielle". Artur Xexéo, coluna. CULTURA.
<https://web.archive.org/web/20180327023438/https://oglobo.globo.com/cultura/e-preciso-falar-de-marielle-22501319>
102. 18 MARÇO - "Com a palavra, Marielle". Bernardo Mello Franco. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180318120621/https://blogs.oglobo.globo.com/bernardo-mello-franco/post/com-palavra-marielle.html>
103. 18 MARÇO - "Protesto contra morte de Marielle Franco Reúne 2 mil pessoas no Complexo da Maré". Giselle Ouchana. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180323034847/https://oglobo.globo.com/rio/protesto-contramorte-de-marielle-franco-reune-2-mil-pessoas-no-complexo-da-mare-22502236>
104. 18 MARÇO - "Tragédia de Marielle jogou luz sobre problemas de Acari". Carina Bacelar. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180318110343/https://oglobo.globo.com/rio/tragedia-de-marielle-jogou-luz-sobre-problemas-de-acari-22501684>
105. 18 MARÇO - "Pré-vestibular comunitário em que Marielle estudou transforma a Maré". Paula Ferreira. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319000542/https://oglobo.globo.com/rio/pre-vestibular-comunitario-em-que-marielle-estudou-transforma-mare-22501637>
106. xxx 18 MARÇO - "Delegado de Pernambuco é afastado após postagens sobre Marielle Franco". "Na postagem atribuída a Jorge Ferreira, ele dizia que a parlamentar era "mulher de bandido"". Célia Costa. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180318225618/https://oglobo.globo.com/rio/delegado-de-pernambuco-afastado-apos-postagens-sobre-marielle-franco-22502563>
107. xxx 18 MARÇO - "Coronel da PM defende Marielle contra ataques de ódio: 'Corajosa'". Rayanderson Guerra. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180319231806/https://oglobo.globo.com/rio/coronel-da-pm-defende-marielle-contrataques-de-odio-corajosa-22502390>
108. xxx 18 MARÇO - "Mentiras sobre Marielle Franco se espalham nas redes sociais". Gustavo Cunha. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180323034710/https://oglobo.globo.com/rio/mentiras-sobre-marielle-franco-s-e-espalham-nas-redes-sociais-22502248>

109. xxx 18 MARÇO - "Nas redes, sobrinha de Marielle pede respeito: 'Não inventem mentiras'". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321145437/https://oglobo.globo.com/rio/nas-redes-sobrinha-de-marielle-pede-respeito-nao-inventem-mentiras-22501775>

110. xxx 19 MARÇO - "As mentiras sobre a vereadora Marielle Franco que circulam nas redes". É isso mesmo? - Blog formado por uma equipa de jornalistas do Globo especializados em checagem de informações apresentadas por políticos, lideranças, ou disseminadas por usuários de redes sociais.

<https://web.archive.org/web/20180319215235/https://blogs.oglobo.globo.com/eissomesmo/post/mentiras-sobre-vereadora-marielle-franco-que-circulam-nas-redes.html>

111. xxx 19 MARÇO - "Há sentido político na difamação de Marielle Franco". Flávia Oliveira - Opinião.

<https://web.archive.org/web/20180323034624/https://oglobo.globo.com/rio/artigo-ha-sentido-politico-na-difamacao-de-marielle-franco-22502983>

112. xxx 19 MARÇO - "Deputados do PT pedem investigação de parlamentar que atacou Marielle". Daniel Gullino. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320052426/https://oglobo.globo.com/rio/deputados-do-pt-pedem-investigacao-de-parlamentar-que-atacou-marielle-22506005>

113. xxx 19 MARÇO - "Deputado que atacou Marielle com boatos tira redes sociais do ar". Rayanderson Guerra. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320053500/https://oglobo.globo.com/rio/deputado-que-atacou-marielle-com-boatos-tira-redes-sociais-do-ar-22504913>

114. xxx 19 MARÇO - "Caso Marielle: desembargadora admite que deveria esperar fim das investigações para opinar". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180320053841/https://oglobo.globo.com/rio/caso-marielle-desembargadora-admite-que-deveria-esperar-fim-das-investigacoes-para-opinar-22504951>

115. 19 MARÇO - "Katy Perry faz homenagem à Marielle e emociona público no Rio". O Globo. SOCIEDADE.

116. 19 MARÇO - "Produtora fará filme sobre história de Marielle Franco". Ancelmo Gois. CULTURA.

<https://web.archive.org/web/20180319200302/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/produtora-fara-filme-sobre-historia-de-marielle-franco.html>

117. 19 MARÇO - "Filme sobre Marielle Franco quer contar origem e ideias da vereadora". Fabiano Ristow. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180319192019/https://oglobo.globo.com/cultura/filmes/filme-sobre-marielle-franco-quer-contar-origem-ideais-da-vereadora-1-22503982>

118. 19 MARÇO - "Durante missa, homens gritam 'filho da p...' para padre que citou Marielle na homilia". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180320023301/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/durante-missa-homens-gritam-filho-da-p-para-padre-que-citou-marielle-na-homilia.html>

119. xxx 19 MARÇO - "'Fake news' sobre Marielle foram disseminadas por quem deveria ter o mínimo de ética". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180908212221/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/fake-news-sobre-marielle-foram-disseminadas-por-quem-deveria-ter-o-minimo-de-etica.html>

120. xxx 19 MARÇO - "CNJ recebe duas ações contra desembargadora Marília Castro Neves". Carina Bacelar. Rayanderson Guerra. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321092646/https://oglobo.globo.com/rio/cnj-recebe-duas-acoes-contra-de-sembargadora-marilia-castro-neves-22506014>

121. 19 MARÇO - "Cármen Lúcia diz que violência contra Marielle e Anderson é 'desumana'". (Presidente do STF). O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180402085939/https://oglobo.globo.com/rio/carmen-lucia-diz-que-violencia-contra-marielle-anderson-desumana-22506755>

122. 19 MARÇO - "Amigos e parentes de Marielle prestarão depoimento esta terça". Carolina Heringer. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180323035825/https://oglobo.globo.com/rio/amigos-parentes-de-marielle-prestarao-depoimento-nesta-terca-22505493>

123. xxx 20 MARÇO - "Marielle Franco escreveu em tom de despedida à irmã na véspera da sua morte". Caio Barreto Briso. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321095302/https://oglobo.globo.com/rio/marielle-franco-escreveu-em-to-m-de-despedida-irma-na-vespera-de-sua-morte-22507227>

124. xxx 20 MARÇO - "Jornalistas da EBC são orientados para reduzir cobertura da morte de Marielle". Ediane Merola. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180322034159/https://oglobo.globo.com/rio/jornalistas-da-ebc-sao-orientados-para-reduzir-cobertura-da-morte-de-marielle-22509680>

125. 20 MARÇO - "Quartirão Cultural do Rio vai-se chamar Marielle Franco". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180330012821/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/quarteario-cultural-do-rio-vai-se-chamar-marielle-franco.html>

126. 20 MARÇO - "Biblioteca parque de Manguinhos ganhará o nome de Marielle". Fernanda Pontes. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180320122236/https://blogs.oglobo.globo.com/marina-caruso/post/biblioteca-parque-de-manguinhos-ganhara-o-nome-de-marielle.html>

127. xxx 20 MARÇO - "A segunda Morte de Marielle Franco". Bernardo Mello Franco. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180320123222/https://blogs.oglobo.globo.com/bernardo-mello-franco/post/se-gunda-morte-de-marielle-franco.html>

Tag: fake news, marielle franco

128. 20 MARÇO - "No Largo do Machado, padre é aplaudido de pé ao citar Marielle Franco". Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180320153436/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/no-largo-do-machado-padre-e-aplaudido-de-pe-ao-citar-marielle-franco.html>

129. 20 MARÇO - "Ato em SP reúne centenas em homenagem a Marielle e Anderson". Tiago Aguiar. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321181100/https://oglobo.globo.com/rio/ato-em-sp-reune-centenas-em-homenagem-marielle-anderson-22509546>

130. xxx 20 MARÇO - "Advogados vão entrar com queixa-crime contra desembargadora que atacou Marielle". Amanda Almeida. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180320112442/https://blogs.oglobo.globo.com/poder-em-jogo/post/advogado-s-vaio-entrar-com-queixa-crime-contra-desembargadora-que-atacou-marielle.html>

131. xxx 20 MARÇO - "Desembargadora que difamou Marielle ironizou ações contra assédio sexual". O Globo. RIO

<https://web.archive.org/web/20180320165811/https://oglobo.globo.com/rio/desembargadora-que-difamou-marielle-ironizou-acoes-contra-assedio-sexual-22507217>

132. 20 MARÇO - "Marielle é manchete no jornal The Washington Post". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321181108/https://oglobo.globo.com/rio/marielle-manchete-no-jornal-the-washington-post-22507601>

133. xxx 20 MARÇO - "Iniciativas para combater informações contra Marielle mobilizam web". Carina Bacelar. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321092604/https://oglobo.globo.com/rio/iniciativas-para-combater-informacoes-falsas-contra-marielle-mobilizam-web-22506243>

134. 20 MARÇO - "Conheça o ativista que estampou capa do Washington Post em protesto por morte de Marielle Franco". Célia Costa. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321141929/https://oglobo.globo.com/rio/conheca-ativista-que-estampou-capa-do-washington-post-em-protesto-por-morte-de-marielle-franco-22507889>

135. 20 MARÇO - "Missas e atos ecumênicos e políticos marcam o sétimo dia de morte de Marielle e Anderson em todo o país". O Globo. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321092525/https://oglobo.globo.com/rio/missas-atos-ecumenicos-politico-s-marcam-setimo-dia-de-morte-de-marielle-anderson-em-todo-pais-22506948>

136. 20 MARÇO - "Na DH para acompanhar depoimentos, Freixo reforça que Marielle não recebeu ameaças". Geraldo Ribeiro. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321070900/https://oglobo.globo.com/rio/na-dh-para-acompanhar-depoimentos-freixo-reforca-que-marielle-nao-recebeu-ameacas-22508336>

137. 20 MARÇO - "Assassinato de Marielle é golpe à democracia, diz Ayres Britto". Renata Mariz. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321092744/https://oglobo.globo.com/rio/assassinato-de-marielle-golpe-de-democracia-diz-ayres-britto-22507313>

138. 21 MARÇO - "Câmara é foco de investigação sobre morte de Marielle e Anderson". Antônio Werneck, Geraldo Ribeiro. RIO.

<https://web.archive.org/web/20180321152634/https://oglobo.globo.com/rio/camara-foco-de-investigacao-sobre-morte-de-marielle-anderson-22509963>

139. 21 MARÇO - "Mulheres pedem café no Starbucks, dão 'Marielle' como nome e respondem 'Presente!'"'. Ancelmo Gois. BLOGS.

<https://web.archive.org/web/20180908205719/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/mulheres-pede-m-cafe-no-starbucks-dao-marielle-como-nome-e-respondem-presente.html>

140. 21 MARÇO - "Veja o que disse o presidente do TSE sobre 'fake news' contra Marielle Franco". Ancelmo Gois. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180401011454/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/veja-o-que-disse-o-presidente-do-tse-sobre-fake-news-contramarielle-e-eleicao.html>
141. 21 MARÇO - "A morte de Marielle e o recado das balas: quem pensa como ela corre risco". Ancelmo Gois. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180908211709/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/morte-de-marielle-e-o-recado-das-balas-quem-pensar-ou-agir-como-ela-corre-risco.html>
142. 21 MARÇO - "Marielle vira 'símbolo mundial', mais ou menos o que aconteceu com Chico Mendes". Ancelmo Gois. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180908211726/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/marielle-vira-simbolo-mundial-mais-ou-menos-o-que-aconteceu-com-chico-mendes.html>
143. 22 MARÇO - "Perfil de Marielle Franco cresce 1343% nas redes sociais". Clarissa Stycer. BLOGS.
144. xxx 22 MARÇO - "Presença de Marielle. Ainda sob o impacto de sua morte tão precoce, temos de ler manifestações de calúnia, baseadas em atitudes com preconceito". Angela Randolpho Paiva. OPINIÃO.
<https://web.archive.org/web/20180325195050/https://oglobo.globo.com/opiniao/presenca-de-marielle-22513535>
145. 22 MARÇO - "Rua dos Inválidos, onde Marielle esteve no evento antes da execução, é renomeada". Tiago Rogero. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180323033952/https://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/rua-dos-invalidos-onde-marielle-esteve-no-evento-antes-da-execucao-e-renomeada.html>
146. 22 MARÇO - "Família de Marielle vai à Justiça para que YouTube retire vídeos do ar". Lauro Jardim. BLOGS.
<https://web.archive.org/web/20180908205341/https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/familia-de-marielle-vai-justica-para-que-youtube-remova-ideos-do-ar.html>
147. 23 MARÇO - "A tal Marielle: Cabe a Marília Castro Neves, desde já, apresentar ao país as provas do elenco de acusações que faz à vereadora". Leonel Kaz. OPINIÃO.
<https://oglobo.globo.com/opiniao/a-tal-marielle-22517407>
148. 23 MARÇO - "Temer, Marielle, e os futuros diplomatas". Lauro Jardim. BLOGS.
<https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/temer-marielle-e-os-futuros-diplomatas.html>
149. xxx 23 MARÇO - "Como ganhou corpo a onda de 'fake news' sobre Marielle Franco". Gabriel Cariello e Marco Grillo. RIO.
<https://web.archive.org/web/20180323213409/https://oglobo.globo.com/rio/como-ganhou-corpo-onda-de-fake-news-sobre-marielle-franco-22518202>