

A simulação do jornalismo em contexto de espalhamento de fake news¹

Eloisa Klein²

Lídia Raquel Herculano Maia³

Resumo

Em um contexto midiaticizado, a circulação adquire centralidade, o que demanda a análise de circuitos comunicacionais para a sistematização das operações de usuários e suas implicações na discussão de temáticas de interesse público, com impacto sobre a capacidade de o jornalismo atuar como campo perito na verificação dos fatos da atualidade. Com a crescente participação de conteúdos produzidos fora do âmbito jornalístico profissional, casos de simulação de conteúdo jornalístico se tornam recorrentes. Este texto analisa a circulação em mídias convencionais sobre casos em que ocorre a simulação do jornalismo - e como é feita a discussão sobre as problemáticas da presença de propaganda e falseamento. Para isso, tomamos o caso da circulação noticiosa sobre o cancelamento de contas e páginas de Facebook que simulavam conteúdo jornalístico. O cancelamento é feito sob alegação de desviar padrões da comunidade, mas as páginas tinham a característica em comum de disseminar fake news.

Palavras-chave: Jornalismo; Simulação; Fake News.

Abstract

In a mediatized context, the communicational circulation acquires centrality, which demands the analysis of communication circuits for the systematization of user operations and their implications in the discussion of topics of public interest, with an impact on the ability of journalism to act as field expert in verifying the current facts. With the increasing participation of content produced outside the professional journalistic scope, cases of simulation of journalistic content become recurrent. This text analyzes the circulation in conventional media about cases in which the simulation of journalism occurs - and how the discussion about the problems of the presence of advertising and falsification takes place.

¹ Este texto parte de apresentação realizada no encontro nacional da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo de 2020.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professora de Jornalismo na Universidade Federal do Pampa. eloisajcklein@gmail.com

³ Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Professora substituta de Relações Públicas na Universidade Federal da Paraíba. lidiarhmaia@outlook.com

For this, we take the case of the news circulation about the cancellation of accounts and Facebook pages that simulate journalistic content. The cancellation is made on the grounds of community standard deviation, but the pages had the common feature of spreading fake news.

Keywords: Journalism; Simulation; Fake News.

Introdução

O problema das *fake news* no contexto brasileiro tem entrado no radar de diversas instituições desde seu alarmante uso nas eleições presidenciais de 2018. Assim, são muitos os exemplos que demonstram a reação de setores políticos, judiciais e midiáticos no sentido de barrar o espalhamento das notícias falsas entre os brasileiros. Em março de 2019, o Supremo Tribunal Federal abriu o Inquérito das Fake News, para investigar a produção de mentiras e discursos de ódio contra membros da Suprema Corte e seus familiares. Em setembro de 2019, foi instalada uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) para investigar a existência de uma rede de produção e difusão de notícias falsas no Brasil. E em julho de 2020 foi a vez de o Facebook derrubar uma rede de 73 contas, 14 páginas e um grupo pertencente ao Gabinete do Ódio (formado por assessores ligados à família Bolsonaro), que se dedica a atacar, difamar e mentir sobre opositores⁴.

Neste texto, analisamos como as lógicas da simulação do jornalismo, disseminadas no contexto de midiatização, permeiam o tipo de circulação jornalística sobre casos de pessoas e grupos que falseiam conteúdos. Tais conteúdos adquirem grande disseminação, em decorrência do amplo uso de mídias sociais pelos brasileiros para a procura de informações, e também devido à centralidade dos processos de circulação nos processos comunicacionais contemporâneos. A ebulição de um assunto a partir de várias contas e páginas de mídias sociais faz com que se tenha uma percepção de que tal pauta é importante para o debate cotidiano, o que aumenta a probabilidade de engajamento com conteúdos que aparecem em vários lugares. Esta característica está presente nas páginas e contas canceladas pelo Facebook: além de simular o jornalismo, as páginas simulam uma aderência social, pela multiplicação de contas que, na verdade, estão ligadas às mesmas pessoas.

Associamos os conceitos de circulação (BRAGA, 2012), simulação (VINCENTE, 2005; INGALLS, 2008; ROCHA; COSTA, 2012) e desinformação/fake news (TANDORC JR; LIM; LING, 2017) para pensarmos as lógicas dos circuitos

⁴Informações disponíveis em: <
<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/07/08/facebook-derruba-rede-de-contas-ligadas-ao-cla-bolsonaro.htm>>. Acesso em: 05 ago. 2020.

noticiosos sobre a disseminação de conteúdos que simulam ou falseiam padrões de rigor de notícia. A partir da sistematização teórica, efetuamos uma análise de conteúdo interpretativa, que tem em conta a observação da recorrência de temas em um grupo de materiais, tensionados por meio de angulações baseadas em pesquisa bibliográfica, o que permite realizar reflexão teórica sobre os dados coletados sobre um contexto ou caso (BRAUM; CLARKE, 2013). Neste texto, interessa-nos observar especificamente como ocorre a abordagem noticiosa da questão da simulação jornalística. Foram consideradas publicações de portais e jornais de referência do Brasil acerca da primeira onda de páginas retiradas do ar pelo Facebook, em 8 de julho de 2020.

A formação de circuitos na sociedade midiaticizada

Uma das características da sociedade dos meios é que cabia a estes trazer à tona os discursos dos campos sociais para a sociedade em geral, tematizando, assim, suas questões. Dessa forma, os campos sociais falavam seus conteúdos à sociedade a partir da atividade mediadora das mídias. Uma passagem dessa forma de organização social para uma outra, a “sociedade em vias de midiaticização”, ocorre quando a “cultura da mídia”, com seus pressupostos e lógicas, “atravessa” a constituição e o funcionamento da sociedade (FAUSTO NETO, 2008, p.92). Tornando-se, assim, impregnada tanto nos campos sociais, como aponta Hjarvard (2014), quanto na sociedade em geral. Corroborando a abordagem proposta por Braga (2006), da midiaticização como “processo interacional de referência”, Fausto Neto (2008, p.92) aponta que “as mídias deixaram de ser apenas instrumentos a serviço da organização do processo de interação dos demais campos”, e se converteram em articuladoras de uma complexa realidade, em torno da qual se constitui uma nova ambiência, novas formas de vida e interações sociais atravessadas por novas modalidades de construção de sentido.

Nesse sentido, diríamos que as mídias deixam de ser apenas “pontes” de contato entre campos sociais e a sociedade, para tornarem-se ambiência que possui relevância direta na constituição do tecido social como um todo. Tendo fundamental importância, nesse processo, as reformulações sociotecnológicas que permitem a disseminação de novos protocolos técnicos e o manejo da tecnologia como, a um só tempo, meio de produção, circulação e recepção de discursos (FAUSTO NETO, 2008, p. 93).

Assim, importa na sociedade em midiaticização não apenas a ação dos meios, face aos demais campos sociais ou à organização da informação que circula na sociedade. Importa também o modo como a sociedade e esses campos apropriam-se da cultura midiática e das inovações tecnológicas, provocando rearranjos nas formas de interação social. Esse processo seria gerador do que Braga (2012) chama de circuitos sociais.

Nesse contexto, processos e sistemas característicos da “sociedade dos meios” não deixam de existir, mas têm suas lógicas reconfiguradas. A sociedade midiaticizada não exclui a perspectiva da mídia enquanto instância mediadora, nem como agente que pode pautar e direcionar sentidos no mundo social. Mas agora ela passa a dividir esse papel de agendamento com outros agentes da sociedade, que podem atuar no sentido de questionar as práticas desse campo ou de enfraquecê-lo. Num cenário em que “todos se tornam geradores e receptores de informação” (FAUSTO NETO, 2018, p. 34), a democratização do acesso ao consumo, produção e veiculação de informações oferece ganhos, mas também certos custos: um deles é o fenômeno das chamadas *fake news*.

Atenta a esses movimentos que podem ser gerados na internet com a proliferação de conteúdos enganosos, Cecília Almeida explica que “há uma onda de desinformação, cada vez mais sofisticada e com finalidades políticas”. A sociedade é vulnerável a estes conteúdos, que “circulam especialmente por Whatsapp”, aplicativo gratuito que, no Brasil, “funciona como uma das principais fontes de informações de inúmeras pessoas”. Pela proximidade das pessoas com quem as envia os conteúdos, por vezes “os usuários não se certificam se a informação que receberam é verdadeira, antes de compartilhá-las” (ALMEIDA, 2020).

Quem compartilha nem sempre tem intenção de espalhar conteúdo falso, mas muitas vezes há intencionalidade na produção e na propagação destes materiais, como analisa Helena Martins (2020). Conteúdos falsos, equivocados ou descontextualizados podem ser usados para provocar uma crise comunicacional e, assim, obter ganhos econômicos e/ou políticos. A proliferação de informações inverídicas pode provocar importantes transformações na sociedade. Convém lembrar que a propagação de sinais distorcidos da verdade (Allcott e Gentzkow, 2017, apud CARVALHO, 2019), adotada nas eleições norte-americanas de 2016 contribuiu para levar Donald Trump à Presidência dos Estados Unidos. Modelo que moveu a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018 do Brasil, elegendo o político de extrema direita ao cargo público mais importante do país.

A comunicação de ambas as campanhas têm em comum um modelo adotado em cenário político conturbado, que se espelha na propaganda de guerra, cuja meta é desmoralizar o inimigo. Um modo de circulação de informações que tem continuidade no primeiro ano do governo eleito em 2018 no Brasil e que evidencia a existência de um conflito entre a produção de conteúdos inverídicos e o jornalismo, pondo em xeque o capital do campo jornalístico, a credibilidade (BERGER, 1996). Enquanto a produção de conteúdos falsos relaciona o vocábulo *fake news* à propaganda ou a outras práticas comunicacionais (entre as quais a imitação do jornalismo), a produção jornalística se pauta na realidade e tem como base o compromisso com a verdade. Nessa perspectiva, reforçando os princípios deontológicos do jornalismo, Sandra Borden e Chad Tew, da Universidade de Western Virginia e da Universidade de Southern Indiana, entendem que

a distinção entre jornalistas e seus imitadores é “moralmente significativa, uma vez que implica diferenças nos tipos de excelência que esses agentes morais seguem no seu trabalho” (Borden e Tew, 2007, p. 1, apud CARVALHO, 2019).

Simulação como técnica e como mimese

Um dos principais problemas relacionados à disseminação de *fake news* é a similitude com o conteúdo jornalístico. A simulação geralmente evoca o sentido de reprodução ou tentativa de antecipação de uma realidade, a partir de exemplificação ou experimentação. Como técnica, a simulação tem empregabilidade em diversas áreas de saber e de profissionalização. Com a rápida expansão das mídias sociais e a propagação de uma infinidade de conteúdos de usuários, a simulação passa a ser adotada como prática também nesta geração de conteúdos.

O conceito de simulação tem amplo uso em termos de metodologia de pesquisa e é aplicado por diversas áreas com este intuito. “A simulação é um ‘experimento virtual’ que requer um modelo operatório representando no todo (ou em parte) um sistema ou processos que o caracterizem” (VICENTE, 2005, online). Nas disciplinas próximas à área da administração, a simulação é vista como potencialmente auxiliar para o planejamento e suporte de decisão, por antecipar possíveis eventos de um cenário (VICENTE, 2005).

A área da computação tem extensa literatura sobre o assunto. A simulação computacional compreende experimentações de hipóteses baseadas em um sistema real, o que se faz a partir da construção de modelos, sobre os quais são aplicados testes que permitem aferir resultados que proporcionam melhorias no sistema em construção (FREITAS et al, 2019, p. 189-5). A simulação imita o sistema real, para poder compreender suas lógicas ou para entender as consequências de determinadas operações sobre este sistema - sem que haja intervenção no próprio sistema real.

Nem todas as simulações conseguem ter em conta as dinâmicas do sistema real, que é mais imprevisível que o modelo. Assim, para um modelo ser efetivo, precisa “mimetizar” o sistema real, de maneira que permita a execução de diversas variáveis (INGALLS, 2008, p. 1).

É curioso notar que a academia emprega a terminologia da simulação para o ensino de jornalismo. Clair (2015) reporta o caso da aprendizagem eletronicamente mediada, a partir de uma simulação de um ambiente profissional de redação, com cenários digitais e características como o horário de fechamento de produções jornalísticas. Como proposta metodológica, é notório que a simulação encontra amparo no ambiente do ensino profissional do jornalismo.

No campo profissional, observa-se que a autorreferencialidade aciona aspectos de simulação (KLEIN, 2012) no jornalismo. Tal característica “configura a valorização da dimensão técnica (incluindo-se a presença de recursos tecnológicos necessários para o jornalismo televisivo e também as técnicas jornalísticas empregadas)”, além da “característica reflexiva pelo impacto da reportagem num contexto – e pelas implicações de um contexto na reportagem” (KLEIN, 2012, p. 76). A constante referência aos modos de produção, agendamento de entrevistas, primeiros contatos com fontes, negociação de depoimentos, tipos de imagens autorizadas, técnicas de enquadramento, conduta do repórter reforçam um componente didático, que também aciona a aprendizagem social sobre o jornalismo. Tais operações aparecem como componentes das reportagens, a partir dos processos de montagem e edição, o que resulta numa dimensão de simulação de interações em curso.

Fora do espaço acadêmico, as lógicas da aprendizagem social acionam algumas destas características da simulação. É o que se vê no caso dos tutoriais, textos que têm por objetivo explicar a funcionalidade, aplicação e possíveis resultados de algo. Neste tipo de texto, são empregados “vários expedientes linguísticos, de ordem lexical, gramatical e textual, e também não linguísticos, tais como figuras, quadros, hiperlinks e setas”, dado que os tutoriais “incluem uma grande quantidade de situações de comunicação e uma necessidade de ensinar a utilizar os recursos que serão empregados em uma situação particular” (SANTIAGO; KRIEGER; ARAÚJO, 2014, p. 391).

São comuns os tutoriais que ensinam mecanismos de produção, edição e socialização de conteúdos midiáticos. O site *Wikihow*, que sistematiza técnicas do tipo “faça você mesmo”, tem um tutorial intitulado “Como escrever uma notícia”, com os passos planejamento, escrita e revisão. O tutorial contempla noções estratégicas, como definição de público, e operacionais, como dicas de estilo de texto. O portal *Nova Escola*, que trabalha técnicas para serem desenvolvidas em ambiente escolar, também contempla um item sobre como escrever notícias. No *YouTube*, há uma variedade de vídeos que se propõe a ensinar como escrever ou gravar uma reportagem. Em tais vídeos, a simulação de técnicas jornalísticas é largamente empregada.

Tais ambientes de aprendizagem não institucionalizada do jornalismo favorecem uma apropriação da linguagem jornalística, como analisa Manoel Chaparro (1996). O público passa a reconhecer o texto jornalístico, a entender e usar sua linguagem. Tal fenômeno é ampliado quando se considera o fato de que empresas e organizações desenvolvem complexos setores de comunicação, com atuação de jornalistas para a tematização de pontos empresariais que beneficiam setores privados, mas igualmente interessam ao debate público. Essa apropriação do jornalismo por vários segmentos sociais está presente na fabricação de conteúdos fora do campo do jornalismo profissional, mas que simulam essa linguagem, configurando-se como notícia.

Outra área que trabalha a simulação do jornalismo é o marketing, que efetua um revestimento de conteúdo institucional ou até mesmo propagandístico com a estética jornalística. Embora a forma e as técnicas textuais sejam aparentemente jornalísticas, existe o emprego da estratégia da persuasão, que aciona aspectos emocionais, visando alterar o comportamento do consumidor. Com isso, “se utiliza de argumentos lógicos ou sofismas, artifícios verdadeiros ou virtuais, entre outros, com a finalidade de convencer seu público alvo”. Ocorre uma “sintetização de um produto jornalístico publicitário onde se encaixa o fazer mimético” (SANTOS, 2014, p. 84).

Desde a antiguidade, a noção de mimese está presente nas reflexões sobre a arte e linguagem. A noção envolve a ideia de imitação, que pode ter uma dimensão de simulação e ou de emulação (quando se segue um exemplo). Dentro da dimensão conceitual da mimese, a simulação é pensada para fazer parecer natural, como pela imitação da voz, para simular um sotaque (SCHNEIDER, 2014). Evoca-se também o sentido de réplica, como uma cópia material, com representações realistas – como nas obras de arte do período arcaico e início do clássico. Outro sentido é da substituição dos originais pela presença desta réplica. Em apresentações públicas, a mimese contempla o sentido de performance, pela representação de ações de alguém trazido como modelo.

A discussão da simulação é bastante presente na análise da mídia. Rocha e Costa (2012, p. 3) analisam que a televisão contempla “a capacidade de agregar o real e o irreal”, o que faz com que a representação da realidade também aconteça de forma “transgredida”, o que tem a ver com a “compreensão do tempo e a manipulação de imagens visuais”. Os autores retomam a concepção de Platão, observando que, nesta abordagem, temos acesso a cópias e simulacros, sendo que a cópia imita a ideia e o simulacro imita a aparência. A noção de simulacro é repercutida em trabalhos de filósofos contemporâneos, como Baudrillard, em perspectiva de acordo com a qual na contemporaneidade “tornou-se impossível distinguir o real da representação” (ROCHA; COSTA, 2012. p. 4), sendo a realidade permeada por características estéticas.

A simulação pode trazer complicações para discursos que se pretendem como representação objetificante do real, como o jornalismo. Diferentemente do ambiente acadêmico, quando a simulação é usada de forma controlada, para obtenção de resultados, e do ambiente artístico, quando a simulação atua na performance ou transgressão do real, no jornalismo o falseamento do real mescla-se às tentativas de repetir modelos, seguir um autor, adequar-se a uma fala. Tandorc Jr, Lim e Ling (2017) analisam que as primeiras conotações contemporâneas da reflexão sobre *fake news* tem a ver justamente com a simulação do jornalismo por agentes de fora do campo profissional, que não colocam em prática as regras e metodologias do jornalismo.

As regularidades produzidas dentro do campo jornalístico permitiriam algum controle sobre a produção discursiva sobre o real, o que foi convencionado como parte da credibilidade do campo (FAUSTO NETO, 2018). A simulação da linguagem (e

não das práticas) do jornalismo rompe com a lógica da credibilidade do campo. Parte deste fenômeno está associada à grande quantidade de produções culturais e midiáticas que entram em cena com os conteúdos de usuários, o que faz com que a circulação seja a tônica da comunicação contemporânea, num fluxo contínuo e adiante (BRAGA, 2012). Em tal fluxo, os conteúdos concorrem por atenção do usuário e o jornalismo, como campo instituído, precisa disputar sentidos com outros atores e instituições quanto à oferta discursiva sobre o real.

Apontamentos sobre o caso do cancelamento das páginas

No contexto brasileiro, o marco no uso massivo das *fake news* com fins políticos foi a corrida presidencial de 2018, que culminou na eleição de Jair Messias Bolsonaro – naquele momento membro do Partido Social Liberal (PSL). Naquela ocasião, uma série de reportagens do Jornal Folha de São Paulo demonstrou que empresas de marketing foram contratadas por empresários ligados à campanha do candidato vencedor para a realização de disparos em massa contra o oponente, Fernando Haddad (PT). Apenas um ano depois é que o *WhatsApp* admitiu o envio massivo ilegal nas eleições de 2018⁵. A justiça brasileira também tardou em atuar sobre a desinformação. Em outubro de 2018, a presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministra Rosa Weber, reconheceu que não sabia como enfrentar o problema.

Assim, apenas a partir de 2019 é que diversos setores políticos, judiciais e midiáticos começaram a reagir no sentido de barrar o espalhamento das notícias falsas no Brasil. Em julho de 2020, como parte de uma investigação sobre suspeitas de comportamento inautêntico e violações das políticas da plataforma em diversos países, o *Facebook* removeu dezenas de contas falsas ligadas ao “gabinete do ódio”, tutelado por Carlos Bolsonaro e formado por assessores ligados à família Bolsonaro.

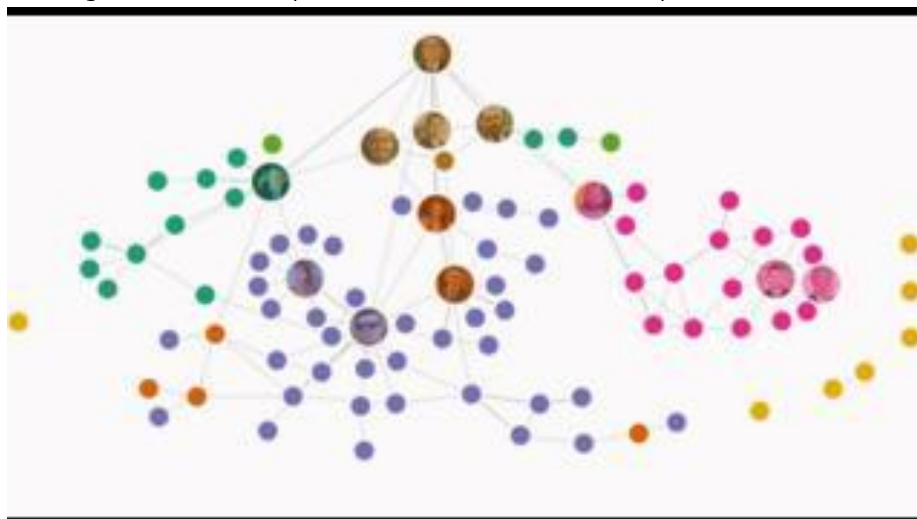
Apesar de ser operada por sujeitos que tentavam ocultar suas identidades, uma investigação da companhia identificou que essa rede de propagação de boatos e ataques aos opositores do presidente Jair Bolsonaro era coordenada por pessoas associadas ao PSL e aos gabinetes de dois filhos do presidente, o senador Flávio Bolsonaro (Republicanos-RJ) e o deputado Eduardo Bolsonaro (PSL-SP). Além disso, tinha entre seus operadores o assessor especial da Presidência, Tércio Arnaud Thomaz. Foram removidas 35 contas no Facebook, seguidas por cerca de 883 mil usuários, e 38 no Instagram, seguidas por aproximadamente 917 mil pessoas. Algumas dessas contas eram reais e outras eram falsas, ou seja, algumas eram criadas para a produção efetiva de

⁵ Maiores informações disponíveis em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/whatsapp-admite-envio-massivo-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-de-2018.shtml>>. Acesso em: 04 ago. 2020

conteúdo enquanto as outras fingiam ser usuários reais, mas existiam apenas para reverberar o conteúdo publicado pelas páginas maiores.

A atuação dessas páginas surge com o propósito de alavancar a campanha do então presidencial Jair Bolsonaro, mas se mantém após as eleições com o objetivo de manter viva a militância digital do presidente - demonstrando que a manutenção do ódio aos opositores faz parte da política de comunicação. A matéria da Deutsche Welle aqui analisada aponta que, dentre as táticas do grupo, está a criação de pessoas fictícias, que fingiam ser repórteres, para publicar conteúdos que simulavam o formato jornalístico. A empresa não especificou quais foram as páginas atingidas, mas apresentou alguns prints que revelam como, até no nome, elas tentavam simular o jornalismo. Apesar disso, o *Facebook* informa que decidiu derrubar as contas com base não no conteúdo que elas publicavam, mas no comportamento e atividade conjunta que seus operadores realizavam, com o objetivo de enganar outros usuários sobre quem eles eram e o que estavam fazendo.

Figura 1: Rede de perfis falsos com conteúdo pró-bolsonarista



Fonte: BBC, a partir do levantamento do Facebook e do Atlantic Council (2020, online)

O DFRLab é um instituto associado à organização *Atlantic Council*, parceiro do *Facebook* para avaliar grupos responsáveis por disseminar desinformação em eleições democráticas. Antes que as páginas fossem removidas pelo *Facebook*, o Laboratório traçou uma teia de relacionamento entre elas (Fig.1), mostrando que eram operadas por contas falsas, que usavam variantes dos nomes de seus operadores para postar conteúdo duplicado pró-Bolsonaro em diferentes páginas. A matéria da BBC (2020), incluída entre os materiais coletados para essa análise, focaliza a identificação dos atores que formavam essa rede de desinformação.

Análise da circulação do caso de simulação jornalística

A noção de página como plataforma para publicação de conteúdos é tomada de forma naturalizada pela cobertura jornalística. As publicações jornalísticas não discutem o papel do site no gerenciamento de tais espaços de publicidade e informação. A cobertura se centra na divulgação de um relatório pelo laboratório do *Facebook*, sendo que não é questionado o acesso ao tipo de dado oferecido, apenas reproduzido o teor das observações da própria empresa. É oportuno notar que as reportagens mencionam o valor de U\$ 1,5 mil investido pelas páginas em conteúdo patrocinado, o que situa o *Facebook* como agente beneficiado pelos processos de publicação de conteúdos, o que não é, no entanto, problematizado pelo jornalismo.

O jornal Folha de S. Paulo oferece um material analítico, mostrando a relação entre as contas e páginas tiradas do ar. Uma das páginas era chamada de Bolsonaro Opressor 2.0, com um milhão de seguidores, a qual estava associada uma conta, chamada de @bolsonarowss, ambas administradas por um assessor de Carlos Bolsonaro. É importante destacar o uso da palavra “news”, que significa “notícia”, em inglês. A nomenclatura atua como chave de leitura, pois indica informações textuais e contextuais, desperta o interesse, constrói vínculos e “contribui para a orientação da conclusão à que o leitor deverá chegar” (MENEGASSI; CHAVES, 2000, p. 2). O jornal explica que, como as postagens do assessor foram feitas em horário comercial, podem ter sido feitas no local de trabalho, no palácio do Planalto.

A Folha de S. Paulo também trata da conexão com iniciativas locais, também simuladoras do jornalismo. É o que acontece no caso dos deputados Alana Passos e Anderson Moraes. Sistematiza a Folha de S. Paulo: “os conteúdos eram sobre notícias e eventos locais e, de acordo com o *Facebook*, incluíam política e eleições, memes, crítica à oposição política, organizações de mídia e jornalistas, e mais recentemente sobre a pandemia de corona vírus. A empresa diz que barrou as contas concentradas 'no comportamento, e não no conteúdo'”. O jornal também computa o total de seguidores, uma informação estratégica, em termos de constituição de audiência: “o número de pessoas alcançadas pelos conteúdos dessa rede ultrapassava dois milhões”.

O termo *fake news* aparece em citações ou referências a falas de um deputado e um proprietário de perfil apagado ouvidos pelo jornal. “Jamais compactuaria com tais práticas de disseminação de ódio ou fake news”, disse ao jornal o deputado estadual de São Paulo, conhecido como coronel Nishikawa. O proprietário do perfil Bolsonéas negou ter compartilhado *fake news*.

O jornal DW Brasil oferece duas referências sobre a simulação do jornalismo pelas páginas derrubadas: “Segundo o Facebook, essas páginas criavam pessoas

fictícias que fingiam ser jornalistas, publicavam conteúdo e gerenciavam páginas disfarçadas de veículos de notícias”. A segunda referência é uma síntese sobre a variedade de postagens das contas e páginas. “As postagens consistiam em notícias sobre política e eleições, por exemplo, memes políticos e críticas à oposição, à imprensa e a jornalistas. Mais recentemente, elas passaram a abordar também a pandemia de coronavírus”. Também há referência a um tema da atualidade, o coronavírus, que remete a um teor informativo. É interessante notar que, num primeiro momento, o jornal qualifica os responsáveis pelas postagens como pessoas que “fingiam” ser jornalistas, mas depois refere-se ao conteúdo como “notícias”. Há uma duplicidade de sentido, que remete à ideia de naturalização da apropriação do discurso pela sociedade.

A reportagem do Portal G1 aponta a conexão com o falseamento do jornalismo desde o título: “Investigação aponta assessor de Bolsonaro como responsável por página de fake news derrubada pelo Facebook”. No entanto, no interior do texto, a referência é inexpressiva. A primeira menção acontece após o portal tratar de que os perfis e páginas divulgavam conteúdos de perseguição política (sendo discriminados alguns dos alvos dos ataques, como o ex-ministro da justiça, ouvido pelo portal). A ideia de simulação aparece apenas com o fechamento de uma frase: “além de divulgar notícias falsas”. O portal discrimina o total de postagens da página @bolsonaronewsss: “Ela tinha 492 mil seguidores e um total de 11 mil publicações”. O portal volta a falar em *fake news* ao mencionar a comissão que atua na área no Congresso Nacional.

Uma conexão indireta com a ideia de que as páginas e perfis continham conteúdo informativo está presente na citação de falas da analista do *Facebook*, que trata de um crescimento do número de postagens em 2020, sendo que havia vários conteúdos ligados à pandemia. Também na fala atribuída à analista aparece uma reflexão sobre o nível de conexão dos conteúdos, disseminados no *Facebook*, no *Twitter*, no *Whatsapp*: “a informação está sempre conectada”. O G1 replica trecho também presente na reportagem da *Folha de S. Paulo*, que trata das “notícias e eventos locais”, porém sem fazer a conexão destes materiais e os deputados do Rio de Janeiro.

O portal *Gaúcha ZH* concentra sua abordagem na associação das contas com *fake news* e desinformação. O texto termina atribuindo as informações ao jornal Estado de São Paulo. O texto classifica o conjunto de perfis e páginas como “rede de fake news derrubada pelo Facebook”. O portal contextualiza historicamente a ação de retirada das páginas do ar, a partir da menção a investigações anteriores. “Em maio, o ministro do Supremo Tribunal Federal Alexandre de Moraes apontou indícios de que um grupo de empresários atuava de maneira velada financiando a disseminação de fake news e conteúdo de ódio contra integrantes da Corte e outras instituições. O ministro também definiu como 'associação criminosa' o grupo do 'gabinete do ódio’”.

A reportagem também trata da conexão com assuntos contemporâneos, com a menção dos conteúdos sobre o coronavírus. Um dos títulos da reportagem é

precisamente “desinformação”. O portal destaca trecho do relatório do laboratório do *Facebook* indicando que havia “teor considerado 'enganoso' e que misturava 'meias-verdades para chegar a conclusões falsas’”. Ao menos uma das páginas retiradas do ar já tinha tido conteúdo compartilhado pelo presidente da república, como informa o jornal.

O Jornal O Globo menciona o termo “simulação” no título da reportagem, ao tratar da derrubada de contas e páginas que “**páginas que simulavam** a atividade de veículos de imprensa” (grifo no original). O jornal reforça o trecho que trata da presença de conteúdo enganoso. “O conteúdo era enganoso em muitos casos, empregando uma mistura de meias-verdades para chegar a conclusões falsas”. O jornal também contextualiza a informação tratando da conexão entre os proprietários das contas e páginas retiradas do ar e a família do presidente da república, desde a eleição até episódios de encontros no palácio do Planalto.

Considerações finais

A discussão sobre a simulação do conteúdo jornalístico aparece de forma discreta na cobertura das páginas retiradas do ar. Apesar de as reportagens fazerem ligações entre as páginas derrubadas pelo *Facebook* e a publicação de fake news, não é possível identificar exemplos diretos de postagens que eram realizadas. Há uma repetição de trechos de textos do relatório do *Facebook*, o que denota que não havia um acompanhamento anterior da emissão de informações falsas por perfis e páginas específicas pelo jornalismo.

Os textos analisados mostram que o jornalismo repete o padrão do próprio *Facebook* sobre o assunto, com o que a menção à ocorrência de desinformação acontece como mera notificação sobre tipos de conteúdos das páginas. A diferença nos conteúdos acontece pelos incrementos analíticos adicionados por diferentes jornais e portais. *Folha de S. Paulo* busca conexão entre atores e páginas. *Estadão/Gaúcha ZH* buscam historicização da problemática. Embora apareçam níveis analíticos, a cobertura da simulação do jornalismo depende da narrativa feita por outras instituições, o que fica claro pela referência à CPI do congresso, fala de ministro e relatório do Facebook como norteadores da compreensão sobre *fake news*.

Apesar de repetir o enquadramento de que as contas foram derrubadas devido a ações e não a conteúdos, conforme divulgado pelo *Facebook*, a pesquisa de contexto do jornalismo permite dar maior centralidade à relação da retirada das páginas do ar e a investigação sobre *fake news*. Com isso, amplia-se a possibilidade semântica de indexação do evento do cancelamento das páginas com a recorrência das *fake news*, pauta tratada no Congresso, na Polícia Federal e no Supremo Tribunal, com a questão das contas específicas tiradas do ar pela plataforma.

O jornal O Globo é o que mais diretamente enquadra a apropriação da linguagem jornalística para fins de falseamento, ao trazer o termo simulação para sua abordagem. Nossa análise mostra, no entanto, que não há uma preocupação do jornalismo em tratar a temática de forma analítica, resgatando os motivos pelos quais o falseamento do jornalismo pode ser problemático para a discussão de temas públicos. O resultado da análise mostra que as publicações jornalísticas tomam como subentendido o tipo de papel e atuação social do jornalismo, bem como sua abordagem da atualidade e padrões técnicos. Observa-se que a ideia de uma transparência da execução da atividade está presente até mesmo quando o jornalismo é requerido a tratar de pautas que tocam sua própria atividade e matéria de trabalho.

Referências

ALMEIDA, Cecília.
<https://open.spotify.com/episode/6El7A5dZWc89JIFwSuYuNU> 20 a 24 de abril de 2020.
Acesso em 30 abril 2020

ARENDT, Hannah. Entre o passado e o futuro. São Paulo: Perspectiva, 7ª Edição, 2011

BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In: FAUSTO NETO (Org.). O indivíduo e as mídias. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996

BRAGA, José Luiz. Circuitos versos campos sociais. In: MATOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda Aparecida. Mediação e Mdiatização: Livro Compós 2012. Salvador/Brasília: UFBA/COMPÓS, 2012.

BRAGA, José Luiz. Mdiatização como processo interacional de referência. Versão revista de artigo apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade, do XV Anais do Encontro Anual Encontro da Compós, na Unesp, Bauru, São Paulo, em julho de 2006.

CARVALHO, Rafiza Luziani Varão Ribeiro. Notícias falsas ou propaganda?: Uma análise do estado da arte do conceito fake news. Questões Transversais - Revista de Epistemologias da Comunicação Vol. 7, nº 13, janeiro-junho/2019

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo na fonte. in: DINES, Alberto; MAURIN, Mauro (org.). Jornalismo brasileiro: No caminho das transformações. Brasília, Banco do Brasil, 1996, pp. 132-154)

CLAIR, Jeanti St. Coolabah, No.16, 2015, ISSN 1988-5946, Observatori: Centre d'Estudis Australians / Australian Studies Centre, Universitat de Barcelona 122 Doing it for Real: Designing Experiential Journalism Curricula that Prepare Students for the New and Uncertain World of Journalism Work Jeanti St Clair University of Southern Cross. <https://core.ac.uk/download/pdf/132358399.pdf>

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. Matrizes, São Paulo, v. I, n.2, p.89-105, abr. 2008.

FAUSTO NETO. Investir na apuração para enfrentar as fake news é como remendar um cano furado. Revista do Instituto Humanitas Unisinos: Fake News: ambiência digital e os novos modos de ser, São Leopoldo, v. , n. 520, p.33-40, abr. 2018. Disponível em: <<http://www.ihuonline.unisinos.br/edicao/520>>. Acesso em: 23 set. 2018.

FREITAS, Jéssica Viana de. et al. ANÁLISE DE LAYOUT COM AUXÍLIO DA SIMULAÇÃO COMPUTACIONAL APLICADO EM UMA CONFECÇÃO. Revista Mundi Engenharia, Tecnologia e Gestão. Paranaguá, PR, v.4, n.4, outubro de 2019. https://www.researchgate.net/publication/337806331_ANALISE_DE_LAYOUT_COM_AUXILIO_DA_SIMULACAO_COMPUTACIONAL_APLICADO_EM_UMA_CONFECCAO

HJARVARD, Stig. A midiatização da cultura e da sociedade. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/doisPontos/article/download/32902/22451>

INGALLS, Ricki G. INTRODUCTION TO SIMULATION. Proceedings of the 2008 Winter Simulation Conference. <https://www.informs-sim.org/wsc08papers/005.pdf>

KLEIN, Eloisa Joseane da Cunha. Circuitos comunicacionais ativados pela autorreferência didática no jornalismo: o caso do Profissão Repórter. Orientação José Luiz Braga. Tese (doutorado) apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo, RS, 2012.

MENEGASSI, Renilson José; CHAVES, Maria Izabel Afonso. O título e sua função estratégica na articulação do texto. Linguagem & Ensino, Vol. 3, No. 1, 2000 (27-44). <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/rle/article/viewFile/15510/9692>

ROCHA, Marcelo da Silva da; COSTA, Luciano. Simulação e simulacro: a realidade do Big Brother Brasil. Cadernos de Comunicação (v.16, n.1, Jan-Jun 2012). Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/download/5832/4329>

SANTIATO, MS; KRIEGER, MG; ARAÚJO, J. O gênero tutorial e a terminologia das redes sociais. Filol. Linguíst. Port., São Paulo, v. 16, n. 2, p. 381-402, jul./dez. 2014. <https://www.revistas.usp.br/flp/article/download/84561/95328/>

SANTOS, Ébida Rosa dos. A apropriação do jornalismo na propaganda eleitoral de rádio: a campanha presidencial de 2014. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo. Orientador: Profa. Dra. Valci Regina Mousquer Zuculoto. Coorientador: Prof. Dr. Eduardo - Meditsch . UFSC, Florianópolis, 2015.

SCHNEIDER, Sabrina. A mimesis como ficcionalização do real no romance reportagem. Maxwell. PUC Rio, 2014. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=20014@1>

VICENTE, Paulo. O uso de simulação como metodologia de pesquisa em ciências sociais . Cadernos EBAPE.BR. Cad. EBAPE.BR vol.3 no.1 Rio de Janeiro Mar. 2005. https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512005000100008

WIKIHOW. Como escrever uma notícia. <https://pt.wikihow.com/Escrever-uma-Not%C3%ADcia>

TANDOC JR, Edson C; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “fake news”. A typology of scholarly definitions. Digital journalism. Londres, Reino Unido: Routledge, Taylor & Francis group, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions

Notícias referidas

DW. Facebook remove dezenas de contas falsas ligadas à família Bolsonaro. 08.07.2020. <https://www.dw.com/pt-br/facebook-remove-dezenas-de-contas-falsas-ligadas-%C3%A0-fam%C3%ADlia-bolsonaro/a-54100612>

Paula Soprana Renato Onofre Patrícia Campos Mello Facebook remove contas falsas ligadas aos Bolsonaros e ao gabinete da Presidência. Folha de S. Paulo. 8.jul.2020 às

16h30 <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/07/facebook-remove-contas-falsas-ligadas-aos-bolsonaros-e-ao-gabinete-da-presidencia.shtml>

GAÚCHA ZH. Facebook derruba rede ligada a Bolsonaro e filhos. Gaúcha ZH 09/07/2020. <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2020/07/facebook-derruba-rede-ligada-a-bolsonaro-e-filhos-ckcemrpuf000101jaldk55nyo.html>

O GLOBO. Facebook derruba rede de páginas coordenada por funcionários da presidência e dos gabinetes de Flávio e Eduardo Bolsonaro. <https://blogs.oglobo.globo.com/sonar-a-escuta-das-redes/post/facebook-derruba-rede-de-paginas-coordenada-por-funcionarios-da-presidencia-e-dos-gabinetes-de-flavio-e-eduardo-bolsonaro.html>