



# Desinformação e Fake News: conceitos à luz do Jornalismo e da Análise do Discurso

## Desinformation and Fake News: concepts in the light of Journalism and Discourse Analysis

### Licia Frezza Pisa

*IFSULDEMINAS (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais)* Doutorado em Comunicação (Universidade Metodista de SP). Mestre em Linguística (UFSCar). Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. É docente do curso de Tecnologia em Produção Publicitária e da Pós-Graduação em Mídias e Educação. E-mail: [licia.pisa@ifsuldeminas.edu.br](mailto:licia.pisa@ifsuldeminas.edu.br)

### Miguel Quessada

*IFSULDEMINAS (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais)* Doutorando em Comunicação (UFPR) e em Ciência Política (UFSCar). Mestre em Ciência Política (UFSCar). É jornalista da Câmara Municipal de Bebedouro e integrante dos seguintes grupos de pesquisa: CEL (Comunicação Eleitoral) e CPOP (Comunicação Política e Opinião Pública). E-mail: [miquessada@yahoo.com.br](mailto:miquessada@yahoo.com.br)

### Resumo

As fakes news emergiram com a pós-verdade e de tão usual, a nomenclatura tornou-se complexa. O presente artigo objetiva trazer esse emaranhado de conceitos e como os campos do jornalismo e da análise do discurso trabalham essa terminologia por meio de uma revisão bibliográfica. O texto ainda justifica o porquê ser mais apropriado usar a terminologia desinformação no lugar de fake news, motivo pelo qual a imprensa tradicional jamais produz fake news.

**Palavras-chave:** desinformação, fake news, pós-verdade, jornalismo, análise do discurso.



## Summary

The fake news term came up in post-truth era and the widely spread, the nomenclature has become complex. This paper aims to bring this tangle of concepts and to discuss how the areas of journalism and discourse analysis work this terminology through a literature review. The text also justifies the reasons to use the terminology misinformation instead of the term fake news and why the press never produces fake news.

**Keywords:** desinformation, fake news, post-truth, journalism, discourse analysis.

*Recebido em: 21/05/2024 e aprovado em: 21/06/2024*

## Introdução

Em 2016, o dicionário de Oxford escolheu *post-true* como palavra do ano. Em 2017, o dicionário Collins elegeu fake news como a expressão que sintetizou o ano, visto que houve um aumento de 365% do uso da palavra. O dicionário Collins<sup>1</sup> define fake news como informações falsas, muitas vezes sensacionalistas, divulgadas para enganar leitores. Antes, contudo, o termo já figurou como a palavra do ano pelo dicionário australiano *Macquarie* em 2016, que definiu como desinformação e boatos publicados em sites para fins políticos ou para direcionar a movimentação da web e as informações equivocadas serem repassadas pelas mídias sociais<sup>2</sup>. Em 2018, a palavra *misinformation* foi escolhida a palavra do ano pelo dicionário digital dictionary.com. Embora sintetizadas pelos dicionários, a expressão ganhou outros contornos e se popularizou com as acusações de que tudo o que a imprensa estadunidense publicava contra o ex-presidente Donald Trump era fake news. No Brasil, o presidente Jair Bolsonaro adotou postura semelhante e acusou a imprensa de propagar fake news. Trump e Bolsonaro são exemplos de líderes populistas que fizeram do ataque à imprensa uma bandeira para ganhar audiência. Para ambos, fake news é algo produzido pela mídia e não pelos políticos. Viscardi (2020), ao analisar as estratégias de comunicação de Bolsonaro no Twitter, atual X, verificou que ele costuma enquadrar como mentiras e fake news o que é dito pela imprensa e demais

---

<sup>1</sup>VEJA. Fake News é eleita a palavra do ano por dicionário Collins Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/fake-news-e-eleita-palavra-do-ano-por-dicionario-collins/>. Acesso em: 14 jan. 2018.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.theguardian.com/australia-news/2017/jan/25/fake-news-named-word-of-the-year-by-macquarie-dictionary>. Acesso em: 10 jan. 2021.



partidos. Nos casos analisados, o termo esteve associado a ataques à imprensa, a jornalistas e celebração ao combate às fake news. Já a verdade seria quase que exclusivamente aquilo que ele ou seus aliados dizem e fazem, de modo que sua fala serve para deslegitimar os veículos informativos tradicionais e especialistas. Vale citar que Trump anunciou dez ganhadores – por meio do Twitter – do seu prêmio Fake News. Na lista, estavam os jornais e redes de notícias que, de acordo com o ex-presidente, divulgavam mentiras sobre o seu governo. Receberam a “honraria” veículos como The New York Times, The Washington Post e CNN<sup>3</sup>.

Assim como não existe propaganda negativa contra um candidato feita pela imprensa, também não existe fake news feita pela imprensa (Bucci, 2019). As fakes news vão além do erro jornalístico, “barriga” ou um erro do repórter, pois há o elemento adicional que é a intenção de enganar, consolidando a dicotomia de um contra o outro. Essa intencionalidade serve a alguma causa e o discurso de desacreditar os jornais e a imprensa também é uma estratégia de promoção de fake news, estratégia antiga, porém, antes não havia outras alternativas às mídias tradicionais (Pinheiro, 2019).

O artigo que se segue trabalhará a conceituação dos termos fake news, pós-verdade e desinformação por meio de uma revisão bibliográfica que dialogará com o jornalismo e a análise do discurso a fim de entender a complexidade e a dinâmica dos conceitos estudados, além de justificar o porquê de usar o termo desinformação e não fake news para elencar toda a desordem informacional.

### **As fakes news no campo jornalístico**

Inicialmente, Bucci (2019), refuta a ideia de que fake news seria um erro jornalístico – seja ele intencional ou não, já que cabe ao jornalismo a checagem dos fatos, além de elucidar um conceito vulgarmente disseminado de forma errônea principalmente por políticos: o de que a imprensa produz fake news. Líderes políticos como Donald Trump e Bolsonaro frequentemente acusaram os veículos de comunicação de produzirem fake news, mas a imprensa não pode produzir fake news, já que diferentemente de um boato, é possível descobrir a origem do que é publicado pela mídia.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://exame.com/mundo/trump-entrega-premio-fake-news-para-a-imprensa-dos-eua/>. Acesso em: 13 dez. 2022.



Mcintyre (2018) relata que as notícias falsas surgiram com a prensa de Guttemberg e naquele tempo já não era possível distinguir se o que era publicado era de fato verdade. No caso dos jornais norte-americanos, a noção de notícia que temos hoje só foi criada em 1830. Até então, o que se esperava dos jornais era um ponto de vista partidário. Dessa forma, as *fakes news* trouxeram novamente à cena o jornalismo amarelo (no Brasil, o termo é jornalismo marrom)<sup>4</sup>. O próprio jornalismo já havia percebido que produzir conteúdo em consonância com o que as pessoas gostavam de ler era algo economicamente mais vantajoso. Ao falar sobre Ética e Imprensa, Bucci (2000) já mostrava como o Jornal Nacional da Rede Globo, em 1984, enganava o telespectador sobre as Diretas Já, de como apoiou a eleição do então presidente Fernando Collor e de como demorou para mostrar as manifestações pró-*impeachment* do ex-presidente. O jornalista político é um político que faz política por outros meios. Longe de isentar o jornalismo de suas falhas, o autor já mostrava os conflitos éticos da imprensa e de como a verdade por ela difundida era precária, além da percepção da legitimidade, de como ela faz o veículo de informação acreditar que aquilo que ela veicula é a única verdade.

Apesar das críticas, é a imprensa a grande responsável por desmentir as fake news e a desinformação, principalmente as que são divulgadas pelos políticos, pois a checagem da informação é algo rotineiro no jornalismo. A verificação para constatar se algo é real ou não se profissionalizou e surgiram no país as agências de *fact-checking*, que checam os fatos. Há agências/sites que verificam toda história que é publicada e trabalha com tipo de informação, quer seja uma notícia falsa, um vídeo ou imagem assim como há aquelas que verificam apenas os discursos proferidos pelos políticos e apresentam evidências se a informação veiculada procede ou se foi distorcida ou inventada. A checagem deveria ser algo natural do jornalismo, mas a precariedade das condições de trabalho levou muitos veículos de comunicação a contratarem esse tipo de serviço. Ainda que a imprensa atue para combater a desinformação, a emoção acaba prescindindo a razão na era da pós-verdade, que acaba escancarando a porta para fake news e aberrações midiáticas (Ferrari, 2018). A febre das fake news não é algo que seja ruim ao jornalismo, pelo contrário, o consumidor tem voltado a fazer assinaturas de veículos com credibilidade (Ferrari, 2018), exemplo disso foi a proliferação de agências de checagem e

---

<sup>4</sup> Jornalismo suspeito sobre a sua própria credibilidade, caracterizado pelo o sensacionalismo, dando destaque a crimes, escândalos e anomalias sociais.

busca em sites da grande imprensa para validar o conteúdo lido em aplicativos de mensagens e redes sociais, como Lupa (Folha), Estadão Verifica (Estadão), Fato ou Fake (G1), UOL confere.

Uma das características das fake news é a dificuldade de encontrar o autor, como acontece com os boatos. Iasbeck (2000) defende que é um equívoco querer descobrir a origem de um boato, uma vez que sua própria característica é estar desprovido de um lugar de origem. A sua circulação ocorre de modo difuso e coletivo e vai crescendo com as narrativas individuais. Apesar de considerar difícil encontrar a origem de um boato, é possível descobrir o ambiente em que ele foi criado. Kapferer (1998), explica que os boatos se espalham devido à forma em que é narrado e pela sua natureza informal, que cria um elo de cumplicidade e se constitui como um fator de coesão social, ganhando convencimento e poder a cada repetição.

Quando é possível a identificação dos sites com esse conteúdo, Santos (2019) explica que eles são vagos e não possuem identificação de seus administradores, as notícias carecem de assinaturas que poderiam identificar o autor, além de mesclarem à “notícia” opiniões e discursos de ódio. Os sites muitas vezes possuem nomes semelhantes a páginas de notícias conhecidas e os *layouts* confusos colaboram para que pareçam sites com conteúdo sério. Outra característica é a monetização, ou seja, o ganho de dinheiro com as fake news, em que a cada visualização, o proprietário do site ganha alguns centavos e a plataforma utilizada também.

Dourado (2020) mostra os diferentes conceitos e posições dos estudiosos sobre o tema. Ao se referir como gênero, ela as caracteriza como “peças destinadas a produzir desinformação, têm elementos constitutivos que podem ser considerados padrões, por meios dos quais elas podem ser identificadas, verificadas e, em alguma medida, enfrentadas (p. 40).”

No campo da enunciação, Fontana (2018) analisa que o funcionamento ocorre sob a forma de boatos que não correspondem aos fatos, circulando de forma anônima e clandestina nas redes sociais. Não há lugar social legitimado, nome próprio reconhecível ou um locutor para ser identificado, o que não impede, contudo, de circularem e se multiplicarem, de modo a produzirem sentido.

Bucci (2019) explica que no Brasil, os políticos não veem a imprensa como um sistema rigoroso de poder, não admitem que o jornalismo tem a função de investigar e publicar e muito menos como um sistema de debate público. As fakes news entram no campo da simulação, já que falsificam a condição, apresentam enunciados como em uma redação profissional, simulam a linguagem jornalística e passam por jornalismo, mas não o são, a origem é desconhecida, não



há como encontrar o autor ou como reclamar o conteúdo. Por isso, é um erro dizer que um jornal produz fake news. Ele reconhece que sempre houve mentira na imprensa e ainda que mintam, não são fake news. Outro ponto importante apontado é que são uma modalidade de mentira pós-imprensa, logo, não pode ser aceita a ideia de que as fake news sempre existiram. De forma didática, o autor elenca sete características daquilo que se enquadra nas fake news:

1. São uma falsificação do relato jornalístico ou de enunciado optativo nos moldes dos artigos publicados em jornal. Portanto, as fakes news são uma modalidade de mentira necessariamente pós-imprensa.
2. Provêm de fontes desconhecidas – sua origem é remota e inacessível.
3. Sua autoria é quase forjada. Quando se valem de excertos reais, descontextualizam os argumentos para produzir entendimentos falsos.
4. Têm - sempre - o propósito de levar os direitos do público, levando-o a adotar decisões contrárias àquelas que tomaria se conhecesse a verdade dos fatos. As fakes news tapeiam o leitor em diversas áreas: na política, na saúde pública, no mercado de consumo, na ciência (umas asseguram que a Terra é plana).
5. Dependem da existência das tecnologias digitais da internet – com *big data*, algoritmos dirigindo o fluxo de conteúdo nas redes sociais e o emprego de inteligência artificial.
6. Agem num volume, numa escala e numa velocidade sem precedentes na história.
7. Por fim, as notícias fraudulentas dão lucro (além de político, lucro econômico. Elas se convertem em um negócio obscuro). (Bucci, 2019, p.42).

Culpar a imprensa e torná-la responsável por produzir fake news não é uma crítica ao jornalismo, que sempre deve ser feita, mas uma tentativa de silenciar quem tem por obrigação divulgar os fatos. Quando estes não são condizentes com a visão dos leitores, é mais fácil atacar quem informa do que rever o seu próprio posicionamento. O importante, contudo, é entender que, apesar dos inúmeros conceitos que o termo fake news traz, não se pode associá-lo a um erro intencional ou advindo da imprensa. Quando isso acontece, é chamado no jargão jornalístico de barriga e é claramente identificado o veículo que o transmitiu, além de uma correção ou errata. E também pode ocorrer do veículo de comunicação não ser o autor, mas o transmissor da desinformação. Cabe aqui pontuar que só se pode falar em fake news após a circulação da informação, da mídia, já que ela simula uma notícia, logo, um produto feito por profissionais. Já a desinformação é algo muito mais amplo que vai além das fake news e é anterior à mídia impressa.

### **As fakes news e o Discurso**



A Análise de Discurso (AD) francesa teve como pioneiro Michel Pêcheux, que iniciou seus estudos analisando o discurso político por meio do materialismo histórico, a fim de compreender os atravessamentos históricos, sociais e ideológicos produzidos no discurso. Nesse sentido, o discurso político ganhou atenção dos estudos, pois além de ser repleto de história e significados, no campo político é possível identificar certos posicionamentos, pois o sujeito do discurso e sua formação discursiva é levada em consideração ao enunciar, ou seja, a fake news na AD não é analisada de forma isolada, mas é fruto das intenções ideológicas do falante.

Para AD, fake news é um processo de torção discursiva realizado sob o efeito de uma identificação ideológica. A torção acontece quando um determinado acontecimento é narrado pela mídia de modo a projetar um efeito de verdade, que é uma falsificação do ocorrido. Esse gesto de torção está na base da falsificação de notícias e, caso seja aceita, passa a produzir o chamado efeito de verdade (Zoppi-Fontana, 2021).

Machiaveli (2019) analisa a notícia falsa semelhante a todo produto discursivo: não é nem um enunciado novo, muito menos uma nova maneira de manipular os dados, mas uma memória que é retomada e rearticulada. São materialidades discursivas que retomam, enaltecem e reverberam as crenças negativas com objetivos políticos.

A prática discursiva da falsificação da notícia adquiriu no fazer político e durante as eleições uma grande força, de forma que a versão tem mais adesão que o acontecido. Como exemplo, há o combate ao programa Escola Sem Partido<sup>5</sup>, em que, no momento em que se assume uma posição ideológica, declarar-se apartidário e ao mesmo tempo apoiar partidos ou candidatos de esquerda e agir politicamente, mas como um discurso de ser de fora da política. Para se eleger, o candidato fabrica projeções imaginárias sobre si e sobre o seu eleitor, prevendo assim, o que o seu eleitorado deseja ouvir. Aliado a isso, há a “vertigem” de poder falar na web sem que um autor assuma a responsabilidade (Indursky, 2019).

Ao discorrer sobre o funcionamento discursivo no Brasil, Zoppi-Fontana (2021), mostra que ele se apresenta tanto na pós-verdade como nas fake news. Na academia, na mídia e no

---

<sup>5</sup>Movimento criado por Miguel Nagib e posteriormente projeto de lei que tinha por objetivo proibir qualquer tipo de doutrinação nas escolas por parte dos professores, tendo os valores de ordem familiar precedência sobre a educação escolar (Souza, 2023). Disponível em: [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8145/tde-22082023-122613/publico/2023\\_TalitaMariaDeSouza\\_VCorr.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8145/tde-22082023-122613/publico/2023_TalitaMariaDeSouza_VCorr.pdf). Acesso em 15 dez. 2023.



campo político, esses dois conceitos oscilam entre a sinonímia<sup>6</sup> e a hiperonímia<sup>7</sup> (sendo a fake news situada abaixo da pós-verdade). No campo discursivo, contudo, a partir do seu modo de circulação e, principalmente, do funcionamento da enunciação, os termos são diferentes. A pós-verdade pode ser interpretada como um modo de dizer no campo da política, uma forma particular da enunciação política, que é uma prática de um sujeito historicamente constituído pela língua e pela ideologia por meio de relações determinadas pela contradição. A prática enunciativa da pós-verdade é uma ação de linguagem cujo locutor mente deliberadamente e é definida pela autora:

como uma forma histórica particular da enunciação política por ser a fala pública de um locutor autorizado, identificado por um nome próprio e inscrito em um lugar institucional de destaque no campo político, a quem lhe seria atribuído um modo de dizer emocional e irracional e uma vontade e de enganar e ludibriar a opinião pública (Zoppi-Fontana, 2021, p.90-91).

Já as fake news são notícias falsas que circulam largamente nas redes sociais e se multiplicam graças às formas de compartilhamento desses mecanismos, “viralizando” assim que são publicadas. Diferentemente da pós-verdade, as fake news não possuem um locutor definido a quem se imputaria a sua origem e circulação. De forma indireta, estão atreladas à prática jornalística, o que acaba espalhando e produzindo crença e consenso entre os ouvintes. Elas são produzidas e postas a circularem sob o anonimato, por meio de uma voz sem nome e assim penetram em todas as instâncias, produzem eco e ressonância e se legitimam pela repetição (Zoppi-Fontana, 2021).

Menger (2019) entende as fakes news como discursos veiculados cujo objetivo é desinformar os seus interlocutores, colocando-os em bolhas ideológicas com posicionamentos contrários à ciência e aos fatos. Elas fizeram emergir o termo pós-verdade, que é o processo em que as convicções pessoais possuem mais importância que os próprios fatos. Esses dois conceitos, imbricados um ao outro devem ser observados pela linguagem, uma vez que correm pela materialidade da língua *in acto*, entendendo as fakes news como gênero.

---

<sup>6</sup> Palavras diferentes na forma, mas com sentidos iguais ou aproximados, ou seja, sinônimos. A Gramática para Concursos Públicos.

<sup>7</sup> Hiperônimo é uma palavra cuja significação abarca o sentido de outras palavras, é mais abrangente. Idem.



Observa-se pelos conceitos já analisados, que o campo político utiliza o termo fake news de forma ampla para deliberar todo tipo de processo de desinformação. Enquanto na noção discursiva, há a preocupação de diferenciar pós-verdade e fake news, já que o sujeito da ação determina a diferença dos vocábulos. E a comunicação, ciente dessa complexidade de conceitos que cada área defende, prefere fazer uso do vocábulo desinformação, como algo mais amplo e capaz de abranger as diversas definições.

### **A complexidade dos conceitos**

Zimdars (2020) ao definir fake news traz à tona a motivação econômica de fabricá-las, uma vez que são produzidas por indivíduos que não estão preocupados com a coleta e informações para o mundo, mas sim com a geração de lucro por meio da circulação de informações falsas nas redes sociais que imitam o jornalismo contemporâneo. Assim como Bucci (2019), Zimdars (2020) também defende que a imprensa, ainda que preste um mau jornalismo, pode corrigir-se e retratar-se, além de espalhar notícias falsas não ser o objeto de lucro das empresas de comunicação. A autora sugere quatro categorias para as fake news. Na primeira classificação estariam os sites falsos que são compartilhados nas redes sociais. Esses sites apostam nas manchetes distorcidas, descontextualizadas e duvidosas, a fim de conquistarem curtidas, ações e lucros. Na segunda categoria estão os sites que circulam informações enganosas ou não confiáveis. Já na terceira estão os que usam títulos que induzem a cliques e descrições de mídia social. E por fim, estão os sites de sátira que podem oferecer críticas sobre a política e a sociedade, mas podem ser compartilhados como notícias. O interessante é que nenhum tópico se enquadra em uma única categoria, mas transita entre as demais ou entre todas.

De tão usual, Barbosa (2019) considera o termo parte do cotidiano, de tal modo que não é necessário uso de itálico ou aspas ao escrevê-lo. Mas por pertencer ao lugar comum, perdeu parte do seu significado e passou a ser usado sem critério a fim de justificar qualquer questionamento sobre a procedência ou veracidade da informação. Isso foi responsável pelo enfraquecimento da terminologia. Por outro lado, Dourado (2020) considera positiva a popularização do termo, já que ajuda a sociedade a reconhecer fake news como um problema a ser enfrentado e desmascarado a todo tempo e a cada eleição.



De tão complexo, o termo também se torna vazio. Por abranger tudo, também pode abranger nada. Zuchlerman (2017) o define como algo vago, ambíguo e de grande abrangência que vai do falso equilíbrio à propaganda como forma de tomar partido em detrimento de outro e com um discurso organizado para gerar dúvidas e desconfiança. Ele questiona que o foco não deve ser o combate às fake news, mas sim a construção de notícias amplas e detalhadas, que ajudem as pessoas, especialmente as que pensam de forma contrária, a compreender os cenários políticos e sociais em que vivemos.

Soprana e Valera (2018) esclarecem que o termo fake news está sujeito a interpretações de várias nuances: “a depender do contexto pode significar informação imprecisa, manchete sensacionalista, peça humorística, charge irônica, discurso de ódio ou conteúdo propagandístico” (online). Tardáguila (2018) admite que o termo não dá conta de sua abrangência.

À luz da diversidade de conceitos existentes, McIntyre (2018) defende um conceito mais polêmico. Para ele, as fakes news são uma tentativa deliberada de fazer as pessoas reagirem à desinformação de alguém, seja para finalidade de lucro e ou poder. Elas são intencionalmente falsas, o que seria uma mentira. É criado com o objetivo de fazer alguém acreditar no que alguém está dizendo, mesmo que não seja verdade. Isso seria apenas mais uma palavra para propaganda. Schumpeter (1984), ao escrever *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, considerava o povo um produto e não o motor do processo político. Afirma ainda que a publicidade procura manipular e condicionar a vontade do eleitor e que a informação política ou é adulterada ou seletiva de modo a exaltar algumas proposições e transformá-las em verdades e eliminar outras.

Enquanto autores como Bucci (2019) e Santaella (2019) se esforçam para sistematizarem uma definição, há quem defenda novos conceitos para trabalhar a desinformação. O Conselho da Europa patrocinou um estudo comandado por Wardle e Derakhshan (2017) que sugeriram um esvaziamento no termo fake news e propuseram três outras definições frente ao que chamam de poluição da informação, a saber: informação incorreta, desinformação e má informação. O estudo considera que o termo fake news é inadequado para descrever os fenômenos da poluição da informação, além de ser um termo usado de maneira incorreta por políticos, que o usam para descrever a imprensa que publica



algo considerado por eles desagradável, tornando-se uma forma pela qual reprimem, restringem, minam e burlam a imprensa livre.

Nessa tríade de definições, embora distintas, elas se inter-relacionam. Na chamada desordem de informação, há a informação falsa (informação incorreta e desinformação) e a que tem a intenção de prejudicar (desinformação e má-informação). E uma mesma desinformação pode circular entre as duas ou três esferas. As *Mis-Information* (informações incorretas) são relacionadas às informações falsas compartilhadas, mas sem a intenção de causar danos. Já as *Dis-Information* (desinformação) remetem às falsas informações que são compartilhadas como o objetivo de causar danos. E por fim, as *Mal-Information* (má-informação ou informação com má intenção) referem-se às informações verídicas, mas geralmente retiradas do contexto com a intenção de causar danos<sup>8</sup>.

No Brasil, há também quem prefira não utilizar o termo fake news. Entendimento parecido seguiu A Lupa – *fact-checking* brasileira<sup>9</sup> – que devido à complexidade do termo e seu uso como limitador do trabalho da imprensa no campo político, optou por não mais usar a expressão fake news. Ao analisar as informações, a agência escolheu as seguintes nomenclaturas para informar a falta de veracidade no conteúdo: informação errada, falsa, propaganda ou mentira.

Devido às muitas definições, há quem classifique os tipos de desinformação, como fez Wardle (2017), ao mostrar os diferentes tipos de erros e desinformação (sátira ou paródia, falsa conexão, conteúdo enganoso, falso contexto, conteúdo impostor, conteúdo manipulado, conteúdo fabricado).

1. Sátira ou paródia: sem intenção de causar mal, mas tem potencial de enganar.
2. Falsa conexão: quando manchetes, imagens ou legendas dão falsas dicas do que é o conteúdo realmente.
3. Conteúdo enganoso: uso enganoso de informação para usá-la contra um assunto ou uma pessoa.
4. Falso contexto: quando um conteúdo genuíno é compartilhado com um contexto falso.
5. Conteúdo impostor: quando fontes (pessoas, organizações, entidades) têm seus nomes usados, mas com afirmações que não são suas.

---

<sup>8</sup> O quadro com a imagem da desordem informacional está disponível em: <https://rm.coe.int/desordem-informacional-livro-prova-04/1680ab5bf7>. Acesso em: 15 dez. 2023.

<sup>9</sup> REZENDE, Leandro. Fake news: usar ou não usar essa expressão. Piauí. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/12/23/fake-news-dizer-ou-nao-dizer/>. Acesso em: 29 jan. 2021.



6. Conteúdo manipulado: quando uma informação ou ideia verdadeira é manipulada para enganar o público.

7. Conteúdo fabricado: feito do zero, é 100% falso e construído com intuito de desinformar o público e causar algum mal. (Wardle, 2017, online).

Apesar das definições, não há um conceito unânime sobre fake news. Santaella (2019) diz que as notícias falsas costumam ser definidas como notícias, histórias, boatos, fofocas ou rumores criados para ludibriar ou fornecer informações enganadoras. Diferentemente do passado, as falsas notícias são produzidas, disseminadas e interpretadas de uma forma diferente. “A partir da emergência da Internet, da cultura digital e das redes sociais, surgiram novos modos de publicar, compartilhar e consumir informação e notícia que são pouco submetidos a regulações ou padrões editoriais (Santaella, 2019, p. 30)”.

Defesa semelhante faz Wardle e Derakhshan (2017), e apesar de usarem o termo desinformação no lugar de fake news, também concordam que o surgimento da web foi responsável pela forma como a informação é produzida, comunicada e distribuída. Eles acrescentam que as tecnologias de edição e publicação se tornaram acessíveis, permitindo que qualquer pessoa distribua conteúdo. A informação, antes privada, tornou-se pública graças às pessoas que publicam nas redes sociais, além da velocidade com que é divulgada. Outro item que colabora para esse novo ambiente de informação é que as informações são repassadas por pessoas confiáveis dentro de suas redes, diminuindo assim a probabilidade de serem questionadas.

De acordo com o relatório de notícias digitais do Reuters Institute, realizado em 2020, o Facebook e o Whats App são os principais difusores de fake news, sendo que o primeiro é a plataforma mais utilizada no mundo, ao passo que o último é mais utilizado no Brasil.<sup>10</sup> Weedon *et al.* (2018), ao produzirem um relatório de Informação e Operação para o Facebook, demonstram que o termo fake news é uma frase abrangente para se referir a praticamente tudo, de artigos de notícias falsas, de opinião, paródia, sarcasmo, rumores, memes e distorções de figuras públicas. Essa gama de definições não permite compreender ou resolver todos os problemas. O relatório trabalha com os seguintes conceitos: operações de informação ou influência (ações tomadas por governos ou organizações não estatais para distorcer o

---

<sup>10</sup> Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf). Acesso em: 31 jan. 2021.



sentimento político a fim de alcançar uma estratégia ou resultado geopolítico, usando uma combinação de métodos; fake news (notícias que pretendem ser factuais, mas contêm declarações falsas intencionais que tem por objetivo despertar paixões, atrair audiência ou enganar); amplificadores falsos (atividade coordenada por contas falsas que manipulam a discussão política) e desinformação (conteúdo impreciso ou manipulado que pode incluir fake news ou métodos sutis como citações imprecisas). A desinformação é diferente da *misinformation*, que é a propagação não intencional de informações imprecisas sem que haja intenção maliciosa.

Esse problema conceitual já foi abordado por Ortellado e Ribeiro (2018) ao reconhecerem que não há na literatura acadêmica, nem no discurso jornalístico uma definição amplamente aceita. Eles reconhecem que há um grupo que defende o uso do termo, assim como há os que o consideram impreciso e deveriam encontrar uma terminologia mais adequada, além de apontarem controvérsia em dois pontos: se o conceito deve se referir somente a conteúdo noticioso comprovadamente falso ou a outras formas de desinformação (exagero, omissão, especulação e falso contexto); e, se deve incluir apenas conteúdo produzido intencionalmente ou se entraria como um equívoco verificável, um erro de apuração.

Embora Santaella (2019) reconheça que há ataques à ciência, é na política que as *fakes news* encontram terreno fértil e a verdade se torna irrelevante, já que o objetivo não é convencer, mas reforçar o preconceito e criar uma visão enganosa do mundo. A pandemia mostrou como as *fakes news* contra a própria ciência prosperaram de modo que parte da população não acreditava na vacina<sup>11</sup>. No Brasil, por exemplo, o que era história como a Revolta da Vacina, torna-se comum na era da pós-verdade. D’Ancona (2018) constatava resultado semelhante, principalmente se a ciência e a fé estivessem em campos diferentes, já que quando a última entra em conflito com a primeira, normalmente prevalece a religião e muitas vezes uma liderança carismática (líder político, religioso, artístico) solapa a ciência. Nesse aspecto, aquilo em que acreditamos tem primazia sobre os fatos. D’ancona (2018, p. 45) apresenta: “nossas crenças vêm em primeiro lugar. Nós inventamos razões para elas. Sermos mais inteligentes ou termos acesso a mais informações não necessariamente nos deixa menos suscetíveis a crenças

---

<sup>11</sup> Grupos antivacina mudam foco para covid-19 e trazem sérios problemas à saúde pública. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/ciencias-da-saude/grupos-antivacina-mudam-foco-para-covid-19-e-trazem-serios-problemas-a-saude-publica/>. Acesso em 13 dez. 2023.

diferentes”, o que gera o viés de confirmação (Costa *et al*, 2020), ou seja, as pessoas buscam informações que dizem sobre suas crenças pessoais e acabam acreditando em informações falsas que demonstram proximidade com suas ideias.

Na contramão dos especialistas, Derosa (2019) não vê esse fenômeno como oriundo das redes sociais, mas versões aperfeiçoadas daquilo que sempre existiu: *hoax* (boato de internet), que para produzir o efeito desejado devem ser inseridos de forma proposital por jornalistas e relações públicas, defendendo que as fake news também são praticadas pela grande mídia<sup>12</sup>. Essa característica de fake news destoa de Bucci (2019), por exemplo, que não admite a imprensa como propagadora de fake news, além de fazer uma definição oposta em que fake news passou a ser aquilo que os adversários, e não as mídias, dizem. Derosa (2019) a define como uma nova forma de mentir, falsificar e destruir a credibilidade do inimigo. Por outro lado, podemos entender que há um poder exercido pelos algoritmos das redes sociais para endereçar as informações falsas às pessoas com determinadas crenças, o que gera um volume de espalhamento da desinformação maior que as mídias tradicionais (Da Empoli, 2019).

### À guisa de conclusão

Dourado (2020) explica que aquilo que se convencionou chamar de fake news se refere a uma informação inverídica ou distorcida que simula uma notícia sobre os acontecimentos políticos, e conquistam maior visibilidade nas plataformas de mídias sociais. É uma espécie entre uma variedade de conteúdos que geram distorções e enganos no entendimento da realidade, promovendo a desinformação generalizada por meio de “notícias”. E nesse conceito, as notícias são entendidas não necessariamente pelo formato jornalístico, mas porque “simulam fatos e acontecimentos urgentes, escandalosos e graves, que precisam ser conhecidos, portanto compartilhados, para o maior número de pessoas possível” (p. 58).

Wardle e Derakhshan (2017) analisam que o conteúdo costuma ser compartilhado em nichos que comungam das mesmas afinidades ideológicas. O compartilhamento de conteúdo emocional impulsiona as redes sociais. A arquitetura é projetada de modo que quando um usuário publica algum conteúdo e este conteúdo é curtido, comentado ou compartilhado, o cérebro libera dopamina, o que ajuda a entender como a desinformação se espalha.

---

<sup>12</sup> Ou grande imprensa: termo usado para se referir aos veículos de comunicação como jornais, revistas, emissoras de rádio e tv e portais on-line.



Nesse emaranhado de desinformações, as fakes news não dão conta de sintetizar toda a desordem informacional existente. Pela lógica e definição, a notícia se reporta sempre a um fato e se é fato, logicamente é real. Sempre se considerou pleonasmos os filmes baseados em fatos reais, já que todo fato é real. Ou era. A pós-verdade trouxe os fatos alternativos. E as fakes news; as notícias falsas, ocasionando um termo paradoxal. Ainda que se chegue a um consenso quanto ao seu termo, o problema é muito maior e não se resolve no campo conceitual.

Assim, é preciso levar em conta outros atravessamentos para o fenômeno das fake news. Parte-se da premissa que os veículos de informação são instituições e a imprensa oficial sempre teve um posicionamento, porém, era mais fácil exercer o poder, que nas mídias digitais fica mais pulverizado, pois a capacidade de falar com o grande público, de exercer influência passa a ser permitido a todos: “nós estamos mudando e as instituições reivindicam pra si mesmas um certo lugar de autoridade” (Barba; Egert, 2023, p. 144), ou seja, passa a ser mais relevante o “poder de reivindicar o estatuto da informação do que propriamente a natureza daquilo que está circulando com a mensagem” (Barba; Egert, 2023, p. 144). Com isso, vemos surgir um mercado de agências de checagem – *fact checking* – com o objetivo de classificar as *fakes news* e demonstrar a autoridade jornalística, como uma disputa de poder num espaço-tempo de desencantamento com as instituições, como “vimos a religião perder força como espaço praticamente exclusivo de produção de verdade” (Piovezani, Curcino e Sargentini, 2021, p. 10-12).

Portanto, podemos compreender essa imprecisão do conceito como uma “definição líquida”, de um mundo onde também não se tem certeza das definições, parodiando Bauman (2001). Por um lado, o vocábulo fake news pode ser enquadrado como um significante vazio (Zuchlerman, 2017), comum, cotidiano (Barbosa, 2019), como na interpretação de Gomes (2016), em que o “significante vazio faz convergir múltiplos significados em um mesmo discurso a ponto de se perder o sentido inicial, justamente pelo excesso de sentidos incorporados, e assim provocar forte adesão para um conjunto vasto e variado de indivíduos” (Gomes, 2016, p. 4). Por outro lado, “é curioso quando chamamos de fake news ou quando empregamos um conceito edulcorado como o de pós-verdade. Deslocamos a linguagem em direção a uma espécie de eufemismo [...]. O que é pós-verdade? Por que não falamos simplesmente mentira?” (Ab’Saber, 2021, p. 52-53).



Desse modo, a linguagem é utilizada no jogo político para legitimar a mentira política e, dessa forma, apagar a memória e a história construída por meio da ciência, dos documentos, dos fatos. A mentira política passa a ter classificações, *tags*, e sua produção em massa atua como uma “máquina simbólica mentirosa” que se vale da análise e circulação de dados para sua disseminação e, em consequência disso, passa a movimentar um mercado de agências de checagem, gerando uma narrativa quase ‘gamificada’ de caça às fake news.

## Referências

Ab'Saber, T. (2021). Ilusão, convicção e mentira: linguagem psicopolítica da pós-verdade. In L. Curcino, V. Sargentini, & C. Piovezani (Eds.), **Discurso e (pós)verdade** (1st ed., pp. 41-58 São Paulo: Parábola.

Barba, M., & Egert, F. (2023). Mídia, desinformação política e o desafio da soberania informacional: entrevista com Afonso de Albuquerque. **Compolítica**, 12(3), 139-156. <https://doi.org/https://doi.org/10.21878/compolitica.2022.12.3.658>

Barbosa, M. (Ed.). (2019). **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro: Cobogó.

Bauman, Z. (2001). **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar.

Bucci, E. (2000). **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras.

Costa, D. F., Carvalho, F. M., Moreira, B. C. M., & Silva, W. S. (2020). Viés de confirmação na tomada de decisão gerencial: um estudo experimental com gestores e contadores. **Revista de Contabilidade e Organizações**, 14, 1-16.

Da Empoli, G. (2019). **Os engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. São Paulo: Vestígio.

D'Ancona, M. (2018). **A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempo de Fake News**. Barueri: Faro Editorial.

Derosa, C. (2019). **Fake news: Quando os jornais fingem fazer jornalismo**. Florianópolis: Estudos Nacionais.

Dourado, T. M. S. G. (2020). **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil** (Tese de doutorado). Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Ferrari, P. (2018). **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC.





Gomes, A. de T. (2016). **Democracia como significante vazio**: Promoção democrática na política externa dos Estados Unidos (2001-2008). *RBCS*, 31(92), e319214.

Iasbeck, L. C. A. (2000). Os boatos: Além e aquém da notícia. *Facom/UFJF*, 3(2), 11-26.

Indursky, F. (2019). **Discurso Político: processos de significação em tempos de fake news** – uma entrevista com Freda Indursky. *Cad. Letras UFF*, 30(59), 9-12.

Kapferer, J.-N. (1988). **Boatos**: O meio de comunicação mais velho do mundo. Men Martins: Publicações Europa-América.

Machiaveli, G. R. M. (2019). Fake news: uma investigação discursiva. *Estudos Linguísticos*, 48(1), 338–355. <https://doi.org/10.21165/el.v48i1.2324>

McIntre, L. (2018). **Post-Truth**. Massachusetts: The MIT Press.

Menger, J. B. (2019). **O impacto da desinformação em discursos de pós-verdade: as fake news como gênero discursivo à luz de estudos dialógicos do círculo de Bakhtin** (Tese de doutorado). Pontifícia Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

Ortellado, P., & Ribeiro, M. M. (2018). O que são e como lidar com as notícias falsas. *SUR*, 15(27), 71-83. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretoribeiro-pablo-ortellado.pdf>

Pinheiro, J. (2019). Fake news e o Futuro de Nossa Civilização. In M. Barbosa (Ed.), **Pós-verdade e Fake News**: Reflexões sobre a guerra de Narrativas (pp. 87-96). Rio de Janeiro: Cobogó.

Santaella, L. (2019). **A pós-verdade é verdadeira ou falsa**. Barueri: Estação das Letras e Cores.

Santos, K. N. dos. (2019). **Em Busca da Credibilidade Perdida**: a rede de investigação jornalística na era das fake news. Belo Horizonte: Letramento.

Schumpeter, J. A. (1984). **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio: Zahar.

Soprano, P., & Valera, G. (2018). **Ecos da Guerra aos Fatos**. Disponível em: <https://epoca.globo.com/tecnologia/experiencias-digitais/noticia/2018/01/ecos-da-guerra-aos-fatos.html>

Ureta, A. L., Rodríguez, E. M. F., & Terradillos, J. O. (2022). Desinformação e política no debate público-político digital contemporâneo: análise de casos e reflexões. *Revista Culturais Midiáticas*, 17, 5-29. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2022v17n.64387>

Viscardi, J. M. (2020). Fake News, Verdade e Mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no twitter. *Dossiê • Trab. linguist. apl.* 59(2), Maio-Ago.



Wardle, C., et al. (2017). Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. **Council of Europe**. Disponível em: <https://shorensteincenter.org/information-disorder-framework>

Weedon, J., Nuland, W., & Stamos, A. (2017). **Information operations and Facebook**. Disponível em <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>

Zimdars, M., & McLeod, K. (2020). **Fake news: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age**. Cambridge: The MIT Press.

Zoppi-Fontana, M. (2021). Pós-verdade e enunciação política. In L. Curcino, V. Sargentini, & C. Piovezani (Eds.), **Discurso e (Pós) Verdade**. São Paulo: Parábola.

Zuckerman, E. (2017, 30 de janeiro). Stop saying "fake news". It's not helping. Ethan Zuckerman. Disponível em: <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-nohelping/>.