

SOUZA; Carlos Eduardo Ferreira de¹

RESUMO

O tema das Fake News e da desinformação vem constantemente atrelado à dificuldade de identificação do autor da mensagem. O presente trabalho busca demonstrar que o poder de emitir informação e desinformação é de todo usuário da internet, mas a capacidade de atrair a atenção e ganhar relevância ou engajamento é de poucos veículos de mídia, dentre os quais se destacaram a UOL, a GLOBO.COM, o R7 e outros bastante conhecidos, alguns mais comprometidos com a objetividade na descrição dos fatos e outros nem sempre. Mesmo quando se trata de sites menos famosos e com viés partidário mais acentuado, costumam aparecer nomes repetidos: pleno.news, plantão ao vivo, conexão política e outros. Em síntese, o que se pretende dizer é que o compartilhamento da notícia é realmente pulverizado, mas que a origem dos conteúdos que possuem potencial para engajar parece ser bastante limitada, pelo menos na seara brasileira. Para comprovar tal fato, foi realizado levantamento, utilizando-se a ferramenta BuzzSumo, de trezentas publicações, sendo as 100 mais compartilhadas no Facebook para cada um de três assuntos: “Cloroquina”, “Bolsonaro” e “Lula”, no período de SETEMBRO/2019 a AGOSTO/2020. A escolha do Facebook ocorreu por ser uma das redes sociais mais utilizadas no Brasil (em 2º lugar, perdendo apenas para o Youtube). A utilização desse método de classificação de popularidade de notícias é extraída do livro *Network Propaganda*, de BENKLER, FARIS E ROBERTS (2018), que analisaram o ecossistema de mídia norte-americano, englobando não apenas a internet, mas principalmente os meios tradicionais, como a televisão, o rádio, revistas, jornais e tantos outros. Naquela ocasião, entre as diversas aferições realizadas, eram constantemente citadas como medidas o volume de compartilhamento de determinado assunto por usuários do Facebook e do Twitter, concluindo que *“teorias da conspiração que nascem em locais obscuros da internet tendem a permanecer lá, a menos que encontrem um vetor de amplificação”* (tradução nossa), ou seja, as notícias dificilmente se tornam populares e ganham amplitude relevante para o campo público e da política se não forem criadas ou pelo menos disseminadas pelos grandes veículos que alcançam milhões ou centenas de milhares de compartilhamentos, menos que pelos chamados “suspeitos usuais”. De fato, a pesquisa feita aponta para a necessidade de observar todo sistema de mídia e não apenas a internet, pois essa seria apenas parte do problema. No trabalho atual, contudo, é a parcela sobre a qual se pretende debruçar. E, nesse ambiente, a diferença entre quem fala e quem é ouvido é maior do que em qualquer outro ambiente (MAGRANI, 2014; HINDMAN, 2009), porque os maiores sites e as maiores páginas são aqueles que atraem a maior atenção, enquanto a maioria costuma ter audiência muito reduzida, o que afeta a liberdade de expressão e o direito à informação. O diagnóstico busca contribuir para uma mudança de perspectiva sobre o anonimato nas redes e as soluções propostas para controle da circulação da desinformação, em especial no espectro político, pois é possível, pelo menos nos casos de maior potencial danoso,

¹ PUC-RIO, souza.carlosadvogado@gmail.com

identificar o emissor ou amplificador do conteúdo noticiado.

PALAVRAS-CHAVE: Fake News, Desinformação, Liberdade de Expressão, Direito à informação