

DESINFORMAÇÃO E MITOLOGIA POLÍTICA: a presença de mitos em boatos desmentidos nas eleições brasileiras de 2018

*DISINFORMATION AND POLITICAL MYTHOLOGY:
the presence of myths in rumors disproved in the Brazilian elections of 2018*

Renan Colombo¹

Resumo

A partir de uma análise de conteúdo categorial temática e com base na tipologia de mitos políticos de Girardet (1987), este artigo investigou a presença de mitos políticos em 134 boatos desmentidos pelo Projeto Comprova durante a campanha eleitoral presidencial brasileira de 2018. Os resultados indicaram presença de elementos de mitologia política em dois a cada três boatos examinados, prevalência do tipo Complô, recorrência de boatos com temática conspiratória e contexto majoritariamente favorável à campanha do candidato Jair Bolsonaro.

Palavras-chave: Comunicação política; desinformação; eleições; mitologia política.

Abstract

Based on an analysis of thematic categorical content and based on Girardet's typology of political myths (1987), this article investigated the presence of political myths in 134 rumors disproved by the Comprova Project during the 2018 Brazilian presidential election campaign. The results indicated the presence of elements of political mythology in two out of three examined rumors, prevalence of the Plot type, recurrence of rumors with conspiracy themes and a context mostly favorable to the campaign of candidate Jair Bolsonaro.

Key-words: Political communication; misinformation; elections; political mythology.

1. Doutor em Ciências da Informação/Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa (UFP), Portugal. Professor na Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR

Introdução

A ampla circulação de informações distorcidas ou falsas em ambiente digital é um fenômeno já globalmente consolidado, com forte incidência em contexto político. Após precedentes nas eleições britânica de 2015, estadunidenses de 2016 e francesas de 2017, o fenômeno, no ano seguinte, alcançou o Brasil, onde centenas de milhares de boatos relativos ao pleito em curso foram disseminados por plataformas populares cada vez mais populares para a obtenção de informações, como aplicativos de mensagens instantâneas e sites de redes sociais. Também houve manifestações relevantes do problema em países como Índia, em que o fenômeno se relaciona ao uso de ferramentas de comunicação interpessoal, como o WhatsApp (REUTERS, 2019); e Portugal, onde 76% dos cidadãos se dizem preocupados com a desinformação digital (NEWMAN et al., 2020). O índice de preocupação dos portugueses é o segundo mais alto em uma relação de 40 países, atrás apenas, justamente, do indicador do Brasil, que alcança 84%. Há mais três países latino-americanos na lista: Chile (7º, com 65%); México (17º, com 60%) e Argentina (18ª, também com 60%) (idem).

O fenômeno, conceituado como desinformação, viabilizou-se por meio da configuração do ecossistema midiático inaugurada com a popularização da Internet e da cultura digital, na qual os cidadãos são ativos e preponderantes na criação e ordenação dos fluxos informativos de grande escala. Para além da outrora posição de consumidores mormente passivos, atuam agora como produtores, difusores e avalistas do conteúdo que circula pelas redes. Equiparam-se, pois, em diversos aspectos, aos meios de comunicação de massa, mas organizados em microestruturas descentralizadas, capilares e pretensamente igualitárias.

As implicações do fenômeno para a democracia são notáveis, como a degeneração do ambiente informativo no qual os eleitores formam as próprias convicções sobre questões diversas, entre elas o voto. Nesse sentido, a literatura relaciona os fenômenos de uso de redes sociais, desinformação e polarização ideológica, considerando que os três se articulam em múltiplos sentidos. “As mídias sociais impulsionam a polarização política e a prevalência da desinformação, que

Também estão se acentuando mutuamente e, ao mesmo tempo, minando a qualidade democrática” (TUCKER et al., 2018).

É diante desse cenário, pois, que jornalistas, empresas de comunicação e de tecnologia, organizações da sociedade civil e forças governamentais articulam ações de combate ao problema, na busca por contê-lo e, com isso, preservar preceitos do adequado funcionamento da ordem democrática que se encontram sob ameaça. Também é nesse contexto que pesquisas como esta se apresentam, de modo a esclarecer aspectos desse emergente fenômeno.

O volume de estudos sobre desinformação cresceu exponencialmente a partir de 2017. Dalessandro et al. (2020) identificam, pesquisando pelo termo “fake news” na base de dados Socopos, uma média de 2,5 artigos por ano sobre o tema entre 2005 e 2016. Entre 2017 e 2018, então, a produção somou 295 artigos, o que representa 90,76% do total de 325 artigos rastreados no recorte da pesquisa, de 2005 e 2018. Os estudos se concentram nas áreas de Ciências Sociais (218) e Ciência da Computação (72), e se relacionam a temas como redes sociais, Misinformation, pós-verdade, competência informacional, jornalismo e Internet. A desinformação se conecta a outro fenômeno corrente, também foco de amplo interesse científico, qual seja a mitologia política. Trata-se, numa palavra, da manifestação no campo político de narrativas assentadas sobre representações míticas de experiências humanas coletivas (CASSIRER, 1976).

A mitologia tem sido crescentemente estudada contexto da comunicação política e eleitoral. Bianco (2018) identifica – a partir de busca no Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) – um conjunto de dez trabalhos que analisam o tema com esse enfoque, concentrados nas áreas de Comunicação, Sociologia e História (p.20). Nenhum, porém, tendo como foco a relação entre mitologia política e desinformação.

O entendimento sobre mitologia política que mais nos interessa é o de Girardet (1987), para quem, em síntese, o mito político é um fenômeno de caráter

não plenamente racional, de teor explicativo e mobilizador, que serve à função primordial de reestruturação mental do imaginário político. Isso se dá, segundo o autor, a partir da mobilização de quatro tipos regulares de mito: Complô, Era de ouro, Salvador e Unidade, que, respectivamente, ensejam as ideias de conspiração, nostalgia, messianismo e nacionalismo.

Ante o exposto, este estudo se volta a analisar a desinformação no pleito presidencial do Brasil em 2018 sob o prisma singular do emprego de estratégias assentadas na mitologia política. Assim, postulamos a seguinte questão: “De que modo informações distorcidas ou falsas se associaram a estratégias de mitologia política durante o ciclo eleitoral presidencial brasileiro de 2018?”.

Temos, como objetivo geral, identificar a incidência e a utilização de elementos de mitologia política na estruturação dos boatos analisados.

A pesquisa é desenvolvida tendo como corpus 134 boatos verificados e atestados como peças informativas distorcidas ou falsas pelo Projeto Comprova, operação colaborativa de 24 veículos de informação para⁴ checar boatos ao longo de 84 dias de campanha eleitoral em questão, realizadas entre agosto e outubro de 2018.

A metodologia empregada é a análise de conteúdo do tipo categorial temática, em abordagem quali-quantitativa. Há quatro etapas na pesquisa: análise do corpus a partir das quatro categorias extraídas de Girardet (1987); aplicação de Escala de Likert de modo a mensurar força da manifestação mitológica; extração da unidade temática prevalente em cada boato; e análise do contexto de menção a partidos e/ou agentes políticos nos boatos. As categorias que compõem a primeira e principal etapa de análise foram extraídas da tipologia de mito político de Girardet (1987), quais sejam (1) Complô, (2) Era de ouro, (3) Salvador e (4) Unidade.

1. Desinformação em ambiente digital

O termo fake news se consolidou como vocábulo popular para designar a circulação digital de boatos, rumores e informações inverídicas ou distorcidas a

partir de 2016, no contexto da eleição americana vencida por Donald Trump (VITORINO; RENAULT, 2019). Tandoc et al. (2018) sintetizam as conceituações do termo, analisando 34 artigos publicados entre 2003 e 2017, e concluem haver uma característica comum aos múltiplos empregos da expressão: a apropriação da aparência de notícia real, em aspectos de redação, ilustração fotográfica e exibição em websites, de forma a se esconder "sob um verniz de legitimidade" (p.147).

A despeito da popularidade, o termo fake news é rejeitado por parte majoritária dos estudos do campo, que entende que a expressão é imprecisa, frente à variedade de significados que designa; e que é crescentemente empregada como argumento de ataque ao Jornalismo (VOSOUGHI et al., 2018, p.1146). Nesse sentido, adotamos a expressão rumor, livremente traduzido por nós como boato. O termo é entendido a partir da definição de Müller (2016), que sintetiza diversas proposições e chega à seguinte definição: "boato é um caso de testemunho genuíno sem confirmação oficial, cuja fonte original foi perdida ou nunca existiu" (p.435).

Um segundo atributo fundamental do fenômeno, que diferencia sua ocorrência contemporânea de precedentes históricos, é a ambientação digital e a consequente velocidade de propagação, especialmente em Sites de Redes Sociais, como Facebook e Twitter; e ferramentas online de comunicação interpessoal, como o aplicativo WhatsApp. "Embora a existência de notícias falsas não seja nova, a velocidade com que se propagam e o alcance global da tecnologia que pode divulgá-las são sem precedentes" (BURKHARDT, 2017, p.7).

Por fim, a terceira característica básica do fenômeno é o emprego de estratégias para dotar o discurso de alta carga emocional, com vistas a atrair atenção e despertar empatia e adesão (BAKIR; MCSTAY, 2018), como parte de um processo de "economia da emoção", voltado a gerar receitas a partir de audiência online (p.1).

Do ponto de vista do contexto em que manifestam, Bakir; McStay (2018) diagnosticam que o fenômeno é resultado da conjugação de cinco características

Do ecossistema de mídia digital: declínio financeiro das empresas de notícias; crescimento do ciclo imediatista da notícia; rápida circulação de desinformação a partir de conteúdos gerados por usuários e propagandistas; crescimento da natureza emocional do discurso online; e crescente número de pessoas gerando receita a partir de algoritmos e motores de busca (p.4).

Wardle; Derakhshan (2017) inserem o fenômeno da circulação digital de boatos em uma cadeia denominada "espectro da desordem da informação" e composta por três categorias: Informação incorreta (informação falsa compartilhada sem causar danos); Desinformação (informação falsa conscientemente compartilhada com intenção de causar danos); e Má informação (informação genuína compartilhada com a intenção de causar dano) (p.20). Eles também propõem uma tipologia composta por sete categorias de desordem da informação, aqui apresentadas em ordem alfabética: Conteúdo Enganador, Conteúdo Fabricado, Conteúdo Impostor, Falsa Conexão, Falso Contexto, Manipulação de Contexto e Sátira/Paródia (p.17).

Diante disso, entendemos boato como mensagens sem confirmação nem fonte original conhecida que se disseminam rapidamente em ambiente digital, sobretudo em Sites de Redes Sociais (SRSs), intencionalmente construídas com informações falsas e/ou distorcidas, e com conteúdos dotados de alto teor emocional. Integram uma cadeia de desordem da informação constituída por mensagens de diferentes formatos e variados recursos de deturpação da autenticidade que, em comum, ensejam elevado apelo emocional, com vistas a gerar adesão, sobretudo política (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017; BAKIR; MCSTAY, 2018; BURKHARDT, 2017; BURSHEIN, 2017; SILVEIRA, 2019; MÜLLER, 2016; RECUERO, 2009; TANDOC et al., 2018; VOSOUGHI et al., 2018; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

O crescimento da desinformação tem provocado reações de distintos setores da sociedade, que articulam estratégias diversas de enfrentamento ao problema, como ações de checagem de fatos. Trata-se de um conjunto de práticas de apuração e esclarecimento de informações públicas suspeitas de incorreção

(Nieminen; Rapeli, 2019; Graves, 2018; Mantzarlis, 2018). A checagem de fatos contempla três categorias: checagem de fatos, voltada à investigação posterior de declarações públicas relevantes; desmascaramento, que trata da averiguação de boatos populares; e verificação, responsável pela averiguação de material, geralmente produzido por cidadãos comuns, antes da publicação de um conteúdo nele baseado (MANTZARLIS, 2018).

3. Mitologia política

O mito é um fenômeno de natureza plural e manifestações multiformes. Interessa-nos, em especial, compreendê-lo em contexto político; antes, porém, é preciso assimilá-lo em sua natureza geral. Girardet (1987) e Miguel (1997) identificam duas noções dominantes no estudo da mitologia: nas áreas de antropologia e história das religiões, e semiótica.

No primeiro caso, o mito é interpretado a partir de sua definição e de sua função social, sobretudo por meio de manifestações em sociedades arcaicas e primitivas. Cassirer (1976) identifica, nessa perspectiva, quatro correntes principais: a) uma espécie de ciência primitiva; b) uma forma de Filosofia selvagem; c) uma expressão de patologia linguística; e d) um fenômeno com raízes psicanalíticas (pp.44-45). A partir disso, ele delimita o mito como uma estrutura complexa e paradoxal de pensamento, destinada a representar, de modo simbólico, experiências coletivas do homem. (pp.61; 63). Análoga ao conto e à fábula, é uma narrativa tribal de poder explicativo, organizada de forma lógica, mas não plenamente racional.

Sob a perspectiva semiótica, o mito é, especialmente a partir de Barthes (2001), percebido como uma deformação de linguagem que se presta à apropriação ideológica (pp.134; 143). De forma condensada, para Miguel (1998), o que essa corrente teórica busca descrever é o processo de mistificação. Conforme lasbeck (2017), a fala mítica é "produto de uma segunda inscrição que se sobrepõe à natureza das coisas".

No campo político, por sua vez, a primeira tentativa sólida de delimitar o mito foi feita por Georges Sorel, de orientação marxista, na primeira década do século XX. Sorel (1993) expandiu a ideia de mito para além do âmbito das sociedades primitivas, como, até então, era corrente no campo científico (p.27). Em síntese, ele apresenta uma noção de mito funcional e utilitarista, que é não apenas conveniente, mas mesmo necessário, para o sucesso da luta política. No caso específico, expõe o mito da revolução proletária marxista, a que chama de greve geral, como o elemento propulsor indispensável para o triunfo da causa.

O panorama estabelecido por Sorel foi empregado e ampliado por autores subsequentes. Miguel (1998) nota dois movimentos de deslocamento: o primeiro foi o de estender o alcance do mito do foro específico da revolução proletária para discursos políticos diversos. O segundo foi a redução da amplitude do mito político que está presente em Sorel, deixando de abarcar apenas grandes atos históricos – como a revolução proletária – e passando a ser observado e apreendido em gestos políticos menores, mesmo corriqueiros.

É exatamente nesse contexto que se encontra a obra de Girardet (1987), que constitui a base da principal categoria analítica de nossa pesquisa empírica. Há alguns aspectos centrais no entendimento de Girardet (1987) sobre mitos. O primeiro é, em consonância às noções antropológicas, o caráter não racional do fenômeno. Outro aspecto relevante é a ocorrência desse episódio em ideologias de matizes diversas – nisso, por conseguinte, alija-se do juízo semiológico barthesiano, que via no espectro da direita o campo hegemônico dessas manifestações (p.12). Mais um traço fundamental desse fenômeno, para Girardet (1987), é a natureza complexa, versátil e fluída da mitologia política. Por fim, outro atributo relevante do mito político para Girardet (1987) é, por mais paradoxal que possa parecer ante a volatilidade recém-descrita, a presença de certa lógica regular em todo discurso mítico. "Se o mito é polimorfo, se constitui uma realidade ambígua e movente, ele reencontra o equivalente de uma coerência nas regras de que parece depender o desenrolar de sua caminhada" (p.17). É do resultado desse trabalho, então, que emergem os quatro conjuntos de mitologias políticas definidos pelo autor: Complô, Era de ouro, Salvador e Unidade.

(O primeiro mito de que Girardet trata é o do Complô, que, de modo geral, propaga narrativas conspiracionistas que descrevem como organizações secretas, que atuam de modo análogo a seitas, conjuram sigilosamente em planos de tomada de poder e estabelecimento de um regime político e social hegemônico (pp.34-36). Exemplos históricos de mitos dessa natureza são o jesuítico e o maçônico.

A segunda tipologia de mito político determinada por Girardet (1987) é a da Era de ouro, que, em resumo, consiste no artifício de acionar vieses nostálgicos como estratégia de mitigação de um presente entendido como decadente e vislumbre de um futuro redentor, paradoxalmente assentado sobre bases do passado. Trata-se do mito mais comum e recorrente, entre todos os descritos pelo autor, segundo o próprio autor (p.98).

A terceira categoria de mitos descrita por Girardet (1987) é a do Salvador. Trata-se, em síntese, de um processo de aplicação de atributos de heroísmo a figuras políticas ordinárias. Configura-se, portanto, um fenômeno análogo ao do messianismo, de certo modo o mesmo do qual trataram Carlyle (apud CASSIRER, 1976) e Campbell (1988).

A última categoria de mitos descrita por Girardet (1987) é a da Unidade, que reúne narrativas míticas centradas na ideia de uma coletividade unida, coesa e harmoniosa. O símbolo mais bem elaborado desse tipo de mitologia é o conceito de nação (pp.157/158), embora o ideal religioso também aluda a essa forma de disposição social.

4. Método

Esta pesquisa utiliza a técnica de pesquisa de análise de conteúdo, que, de modo resumido, volta-se a analisar mensagens de forma a, por meio de inferências e apoiada em categorias analíticas específicas, produzir conhecimento (FONSECA JÚNIOR, 2006). Valemo-nos de uma vertente específica da técnica, qual seja a categorial temática, caracterizada por "operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos" (BARDIN, 1977,

p.153). A abordagem empregada é quali quantitativa, que integra as abordagens quantitativa, derivada do formalismo estatístico; e qualitativa (FONSECA JÚNIOR, 2011, p.285).

O corpus da análise é constituído por 134 boatos desmentidos pelo Projeto Comprova, operação de checagem de fato, via técnica de desmascaramento, que reuniu 24 veículos de informação atuando colaborativamente na investigação de boatos relativos às eleições presidenciais de 2018. A coleta foi realizada em duas etapas: primeiro, catalogamos os boatos desmentidos pelo Comprova entre agosto e outubro de 2018, excetuadas as sátiras. Em seguida, localizamos os boatos – em número de 134 – em versão integral em páginas diversas da Internet, sobretudo sites e perfis, páginas ou grupos em Sites de Redes Sociais (SRSs), seja em versão original ou replicada. Desse modo, a análise se centrou sobre os próprios boatos, tendo os relatórios de verificação do Projeto Comprova servido como critério para a seleção do corpus.

A base analítica que utilizamos é a textual, por meio do exame de textos publicados em formatos e plataformas diversas – como websites, postagens de redes sociais variadas e legendas de fotografias – e da transcrição do áudio dos conteúdos sonoros ou audiovisuais. Não há, no corpus, materiais unicamente imagéticos e, portanto, incapazes de serem decodificados textualmente. Desse modo, lançamos mão do que Bauer (2002) entende ser o procedimento mais tradicional da análise de conteúdo, qual seja o exame de conteúdos em formato textual.

A análise empírica está organizada em quatro fases. A primeira é o exame do conjunto de 134 boatos a partir das quatro categorias de análise extraídas de Giradet (1987): Complô, Era de ouro, Salvador e Unidade. A segunda é a aplicação de uma Escala de Likert de modo a mensurar a força da manifestação mitológica nos boatos – a partir disso, a sequência da análise é restrita ao conjunto de boatos com manifestação de força alta ou altíssima. A terceira é a extração da unidade temática prevalente em cada boato, a partir de um trabalho indutivo. A quarta, por fim, é a análise do contexto político de cada boato, com vistas a identificar a

favorabilidade do contexto em que partidos e/ou agentes políticos são mencionados.

As quatro categorias de análise principais foram extraídas da já apresentada e discutida revisão de literatura sobre mitologia política de Girardet (1987), assentada em quatro tipos de mitos: Complô, Era de ouro, Salvador e Unidade. A identificação de elementos característicos de cada uma das categorias mitológicas nos boatos se dá por meio de dois componentes, tal qual propõe Bardin (1977): código, via manifestação sígnica explícita, qual seja por meio de palavras; e significação, via descrição e/ou alusão a elementos característicos de cada narrativa mítica política específica. Assim, cada categoria é composta por quatro subcategorias, sendo uma do tipo código, formada por palavras que correspondem à(s) ideia(s) central(is) de cada mitologia; e três do tipo significação, constituídas por elementos narrativos diversos que descrevem e/ou aludem às mitologias em questão.

Quadro 1: Categorias de análise de mito político baseadas em Girardet (1987)

CATEGORIA	COMPONENTE: CÓDIGO	COMPONENTE: SIGNIFICAÇÃO
Mito do Complô	(C1) Palavras que designam conspiração ou ideias análogas	(S1.1) Descrição de e/ou alusão a plano conspiratório/ameaçador em contexto político, social ou moral real
		(S1.2) Descrição de e/ou alusão a organização secreta ou pouco conhecida
		(S1.3) Discurso narrativo de denúncia e/ou contracoplô
Mito da Era de ouro	(C2) Palavras que designam nostalgia ou ideias análogas	(S2.1) Discurso narrativo de teor nostálgico e/ou reacionário
		(S2.2) Descrição de e/ou alusão à ideia de “tempo presente” (realidade perturbada e requerente de regeneração)
		(S2.3) Descrição de e/ou alusão à ideia de “tempo de antes” (idealização de passado nobre e/ou feliz)

Mito do Salvador	(C3) Palavras que designam heroísmo, messianismo ou ideias análogas	(S3.1) Descrição de e/ou alusão a personagem(ns) com traços biográficos heroicos
		(S3.2) Descrição de e/ou alusão a personagem correspondente a arquétipo heroico (velho sábio, jovem guerreiro, legislador ou profeta)
		(S3.3) Descrição de e/ou alusão à crise de legitimidade de poderes constituídos que demanda correção
Mito da Unidade	(C4) Palavras que designam união, nacionalismo, ufanismo ou ideias análogas	(S4.1) Descrição de e/ou alusão a personagem(ns) com traços biográficos de perfil integrador, nacionalista, ufanista e afins
		(S4.2) Discurso narrativo crítico à ideia de sociedade conflituosa
		(S4.3) Discurso narrativo elogioso à ideia de nação e afins

Fonte: o autor

Apresentamos, também, a escala de Likert que usamos para classificar os boatos de acordo com a força da manifestação mitológica.

Quadro 2: Força da manifestação mitológica (Escala de Likert)

INCIDÊNCIA DE SUBCATEGORIAS	FORÇA DA MANIFESTAÇÃO MITOLÓGICA
0	Nula
1	Baixa
2	Média
3	Alta
4	Altíssima

Fonte: o autor

Desse modo, avançamos à análise do conteúdo e a seus resultados.

5. Resultados

5.1 Geral

A análise mostrou incidência de manifestação mitológica de força alta (presença de três subcategorias de uma ou mais categorias no boato examinado) e altíssima (presença de quatro subcategorias) em 84 dos 134 boatos analisados, o que corresponde a 62,68% do total. Isso indica que aproximadamente dois em cada três boatos têm expressiva manifestação de narrativas mitológicas.

Por outro lado, 50 boatos apresentaram manifestações mitológicas de força nula (ausência de qualquer subcategoria de uma ou mais categorias no boato examinado), baixa (presença de uma subcategoria) e média (presença de duas subcategorias). Esse conjunto de boatos foi excluído das próximas etapas de análise, que, portanto, concentram-se nos boatos cuja força das manifestações mitológicas foi alta ou altíssima.

Os dados indicaram 107 manifestações mitológicas de força alta e altíssima nos 84 boatos analisados, sendo que as ocorrências se distribuíram da seguinte forma: 68 boatos com um único tipo de mito (80,95%); 11 boatos com presença combinada de dois tipos de mito (13,09%); 4 boatos com presença combinada de três tipos de mito (4,77%); e 1 boato com presença combinada de quatro tipos de mito (1,19%).

Em relação aos tipos específicos de mitos definidos por Girardet (1987), que constituem nossa categoria analítica de maior interesse, a pesquisa indicou prevalência da categoria Complô (69 casos, correspondentes a 64,49% do total), seguida por Salvador (19 casos; 17,76%); Unidade (18 casos; 16,82%); e Era de ouro (1 caso; 0,93%).

5.2 Mito do Complô

Os boatos assentados sobre a mitologia do Complô podem ser classificados, o ponto de vista temático, em dois grupos principais: os que versavam sobre uma

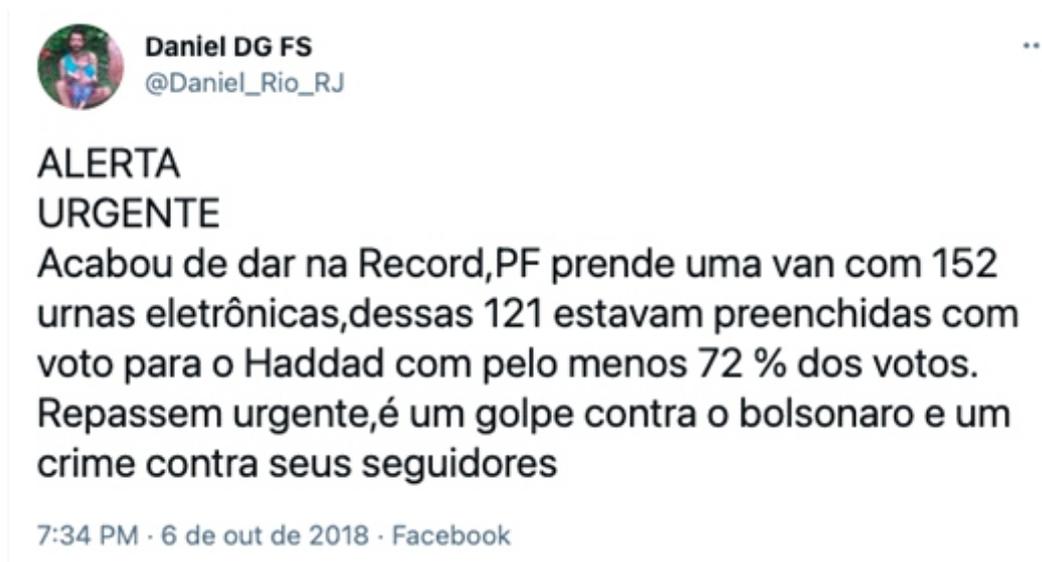
Conspiração propriamente dita, com conluio envolvendo pessoas e/ou instituições para alcançar um objetivo oculto (Grupo 1); e os que descreviam um projeto e/ou plano pouco ou nada conhecido, sem necessariamente configurar uma trama plena e integralmente conspiratória (Grupo 2). O primeiro tipo foi dominante, com frequência de 51 casos (correspondentes a 73,91% da categoria). O segundo se manifestou em 18 casos (26,09%).

De forma mais específica, identificamos a presença de 13 temas diferentes no conjunto dos 69 boatos assentados sobre a mitologia do Complô, nesta ordem: complô para fraude de eleições/urnas eletrônicas (Tema 1; 17 casos, correspondentes a 24,63% da categoria); projeto e/ou plano pouco e/ou nada conhecido de PT/Fernando Haddad (Tema 2; 16 casos; 23,19%); complô relativo ao ataque e/ou novo ataque a Jair Bolsonaro (Tema 3; 9 casos; 13,04%); complô para prejudicar campanha de Jair Bolsonaro (Tema 4; 8 casos; 11,59%); complô de governos de Lula/PT para prática de corrupção (Tema 5; 5 casos; 7,25%); complô para crime eleitoral do PT (Tema 6; 3 casos; 5,79%); complô para fraude de pesquisas eleitorais (Tema 7; 3 casos; 4,34%); complô político internacional (Tema 8; 3 casos; 4,34%); plano/projeto de governo secreto/pouco conhecido de Jair Bolsonaro ou General Mourão (Tema 9; 3 casos; 4,34%); complô para crime eleitoral de Jair Bolsonaro (Tema 10; 2 casos; 2,89%); plano/projeto de governo secreto/pouco conhecido de Ciro Gomes (Tema 11; 2 casos; 2,89%); complô para acobertar crime ambiental de marido de Marina Silva (Tema 12; 1 caso; 1,44%); e denúncia de complô para prender Lula (Tema 13; 1 caso; 1,44%);/

Classificamos, doravante, os 69 boatos dessa categoria no que diz respeito ao partido e/ou agente político explicitamente citado(s). A análise aponta que 59 boatos (correspondentes a 85,51% da categoria) contêm menções desse tipo, face a 10 boatos que não fazem tais citações (14,49%). Os dados mostram que apenas o conjunto PSL/Jair Bolsonaro/General Mourão teve menções a si em contexto favorável e/ou benéfico. Isso ocorreu em 20 dos 27 boatos que os citam. No caso de todos os demais partidos e/ou agentes políticos – PT/Fernando Haddad/Luiz Inácio Lula da Silva; Ciro Gomes; Marina Silva; e João Amoêdo – as menções ocorrem exclusivamente em contexto desfavorável e/ou prejudicial.

Por fim, analisamos, de modo mais detalhado e a fim de exemplificação, um boato dessa categoria, cujo título do relatório de checagem é “É boato que urnas tenham sido apreendidas no Amazonas já preenchidas com votos para Haddad” e cuja reprodução está abaixo, a partir de uma mensagem postada no Site de Rede Social (SRS) Twitter.

Figura 1: Reprodução integral de boato classificado da categoria Complô



Crédito: reprodução da internet

Classificamos a peça no Grupo 1 (boatos que versam sobre uma conspiração propriamente dita, com conluio envolvendo pessoas e/ou instituições para alcançar um objetivo oculto) dado que a mensagem alude a um episódio concreto de fraude em urnas eletrônicas. De modo detalhado: atribui à prisão à Polícia Federal, por meio da sigla “PF”; referencia o conteúdo como tendo sido publicado em uma emissora de televisão, “Record”; afirma que o candidato beneficiado pela suposta fraude é Fernando Haddad, do PT, ao mesmo em que afirma se tratar de

“um golpe” contra Bolsonaro; e motiva o receptor a compartilhar a mensagem, adotando tom mobilizador.

5.3 Mito do Salvador

Classificamos os boatos da categoria Salvador, do ponto de vista temático, em dois grupos principais: heroificação de candidato (Grupo 1; 16 casos, correspondentes a 84,21% da categoria) e heroificação de entidades/pessoas externas ao pleito (Grupo 2; 3 casos; 15,79%).

De modo específico, identificamos oito grupos temáticos: heroificação de Jair Bolsonaro via exaltação de virtudes/projetos (Tema 1; 9 casos, correspondentes a 42,10% da categoria), heroificação de Jair Bolsonaro via apelo de político temido/perseguido (Tema 2; 3 casos; 15,79%), heroificação de Jair Bolsonaro via apoio popular (Tema 3; 2 casos; 10,52%), heroificação de Fernando Haddad via apoio popular (Tema 4; 1 caso; 5,26%), heroificação de Luiz Inácio Lula da Silva via apelo de político temido/perseguido (Tema 5; 1; 5,26%), heroificação de cidadão comum via exaltação de virtudes (Tema 6; 1; 5,26%), heroificação do governo americano em ação contra corrupção (Tema 7; 1; 5,26%) e heroificação do Exército Brasileiro em ação contra fraude eleitoral (Tema 8; 1; 5,26%).

Finalmente, identificamos menção a agentes políticos em 16 boatos, com a seguinte frequência: Jair Bolsonaro (14 boatos, correspondentes a 73,68% da categoria), Luiz Inácio Lula da Silva (1 boato; 5,26%) e Fernando Haddad (1 boato; 5,26%). Em todos os casos, as citações aos candidatos ocorrem de forma positiva, por meio de um processo de exaltação de virtudes, projetos ou popularidade.

O boato que escolhemos para exemplificar a manifestação dessa categoria, reproduzido a seguir, tem o seguinte título do relatório de checagem: “Datena não gravou vídeo em apoio a Bolsonaro”. Refere-se a um vídeo do jornalista e apresentador de televisão José Luiz Datena editado para parecer um ato de elogioso ao candidato. O vídeo suprime trechos em que Datena menciona o

candidato que efetivamente apoia, Geraldo Alckmin, e foi compartilhado acompanhado da descrição “Datena apoia Bolsonaro.”.

Figura 2: Reprodução integral de boato classificado da categoria Salvador



Crédito: Reprodução da Internet

Como se trata de um conteúdo em vídeo, reproduzimos a transcrição do material, sobre a qual a análise foi feita: “É um cara [sic] que eu confio de verdade, mesmo. É um cara que, é... trabalha com você. É um cara que luta por você. É um cara que erra com você e aprende com você a corrigir os erros. Ele é um sujeito igualzinho a você; por isso, eu confio nele. No meio dessa classe política que tá [sic] aí, ele se sobressai exatamente pela humildade que ele tem e pela forma de ele ser. O cara vai fazer campanha política, ele entra na fila de avião de carreira. O cara tem pares de sapato que ele não troca faz duzentos anos. Significa que a gente tá [sic] precisando disso na política brasileira: gente com honestidade, com simplicidade,

gente como você; porque a maioria desses caras que está por aí não te representa absolutamente. Ele, não; ele é um de vocês, que tá [sic] na política batalhando há tanto tempo. Então, como eu confio nele, confie também”

O boato, como se vê, caracteriza-se como integrante da categoria Salvador ante a série de elogios que faz ao candidato, centrados, essencialmente, em aspectos da personalidade dele.

5.4 Mito da Unidade

Os boatos da categoria Unidade foram, de modo amplo, agrupados em dois conjuntos temáticos: boatos com discurso de teor nacionalista/patriótico e afins (Grupo 1; 14 casos, correspondentes a 82,35% da categoria), e boatos com alusão a candidato de perfil integrador (Grupo 2; 3 casos; 17,65%).

Em recorte específico, o agrupamento se deu em cinco categorias: discurso de teor nacionalista/patriótico (Tema 1; 12 casos, correspondentes a 70,59% da categoria), candidato com perfil integrador (Jair Bolsonaro) (Tema 2; 2 casos; 11,76%), discurso mobilizador (Tema 3; 2 casos; 11,76%), candidato com perfil integrador (Lula) (Tema 4; 1 caso; 5,88%) e discurso de quebra de unidade (Tema 5; 1 caso; 5,88%).

Por fim, analisamos as menções a partidos e/ou agentes políticos presentes nos boatos dessa mitologia. Identificamos 23 menções, sendo 21 a agentes políticos (Jair Bolsonaro [12], Luiz Inácio Lula da Silva [5], Fernando Haddad [2], Aécio Neves [1], Ciro Gomes [1] e Dilma Rousseff [1]) e 1 a partido (PT [1]). Em relação ao contexto de citação, Bolsonaro tem 11 casos de menção favorável e um desfavorável; Lula, por sua vez, tem 1 caso favorável e 4 desfavoráveis. Todos os demais políticos mencionados, mencionados têm apenas menções a si em contexto desfavorável. O PT, por sua vez, tem menção em contexto neutro.

Para representar esse grupo de boatos, analisamos o boato cujo título do relatório de checagem é “É montagem notícia que diz que Bolsonaro vai mudar

imagem da padroeira do Brasil”, reproduzido abaixo.

Figura 3: Reprodução integral de boato classificado da categoria Unidade



Crédito: Reprodução da Internet

O boato, como se vê, simula uma notícia do jornal Folha de S. Paulo, por meio do uso de um cabeçalho na página análogo ao verdadeiro. A mensagem delata um suposto plano de Jair Bolsonaro de alterar a padroeira do Brasil, uma santa católica, a partir de decisão tomada em conjunto com um pastor evangélico. A peça se enquadra na categoria Unidade ao mencionar um símbolo da cultura nacional, evocando ideias nacionalistas/patrióticas.

6. Conclusão

Concluimos, a partir de nossos resultados, que a correlação entre desinformação e mitologia política foi, nos parâmetros de nossa pesquisa,

significativa, tendo a Mitologia se manifestado com força alta ou altíssima em 62,68% dos boatos analisados – aproximadamente dois a cada três boatos examinados. Trata-se, pois, de um resultado apto a demonstrar a incidência de um objeto sobre outros, o que, como nossa análise de estado da arte demonstrou, não é prática recorrente no campo. Ademais, indica que o fenômeno da desinformação não necessariamente constitui um fim em si, mas pode se configurar como estratégia para outros propósitos – no caso estudado nesta pesquisa, mitificar mensagens políticas.

Também concluímos que foi predominante nos boatos em questão a presença de elementos de mitologia política estruturados em enredos conspiratórios, dada a prevalência de boatos da categoria Complô. Houve, de modo mais exato, destacado caráter de denúncia nesse conjunto de boatos, posto que a maioria continha esse elemento narrativo, que esteve voltado, sobretudo, a supor fraude no curso das eleições. Alinhamos, assim, o estudo aos trabalhos que têm por objeto o exame de teorias conspiratórias, já reconhecidas pela literatura como um dos âmbitos mais profícuos na disseminação de desinformação em ambiente digital.

Ficou evidente, ainda, que, para além das características descritas em literatura, a manifestação de cada mitologia está condicionada ao contexto em que ocorre. Neste estudo, isso ficou claro ante a evidência de que uma candidatura em específico – no caso, a de Jair Bolsonaro, candidato que representa o espectro ideológico da direita – foi mencionada predominantemente em contextos que lhe eram convenientes e mesmo favoráveis, no que destoou de todos os candidatos adversários. Por um lado, tal achado alinha o estudo às pesquisas que reconhecem a direita como pólo político preferencial para a difusão de conteúdo de desinformação; por outro, reforça o debate em torno da eventual existência de um espectro mais afeito à associação a mitos políticos, no que entendemos ser uma questão em aberto.

Ressaltamos, finalmente, que nosso estudo tratou de um objeto há pouco estabelecido no campo, a desinformação digital; e o fez a partir de uma perspectiva

igualmente parcamente explorada, a relação com a mitologia política. Assim, os resultados, a despeito de serem relativizados e analisados somente à luz das condicionantes específicas de nossa pesquisa, representam um estímulo para que novos estudos, com abordagens igualmente originais, possam ser empreendidos, de modo a acrescentar não apenas necessárias, mas urgentes camadas explicativas aos novos fenômenos comunicacionais que caracterizam a vida pública.

Referências

- ALLCOTT, Hunt.; GENTZKOW, Matthew. Social media e fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.
- BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. Fake news e the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism, Bangor**, v. 6, n. 2, p. 154-175, 2018.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 189-217.
- BIANCO, Erica Cristina Verderio. **Mitos na política brasileira: a construção da identidade de marca de candidatos à Presidência da República em 2018**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.
- BURKHARDT, Joanna M. History of fake news. *Combating Fake News in the Digital Age*. **Library Technology Reports**. v. 53, n. 8, 2017.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Círculo do Livro, 1988.
- CASSIRER, Ernst. **O Mito do Estado**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.
- DALESSANDRO, Rafael Cacciolari; CASTANHA, Rafael Gutierrez; VERONEZ JUNIOR, Wilson Roberto. A produção científica relacionada a fake news: uma análise bibliométrica na base de dados Scopus. **Conhecimento em Ação**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 1-16, 2020.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; Barros, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

GIRARDET, Raoul. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GRAVES, Lucas. Boundaries Not Drawn: mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. **Journalism Studies**, [s.l.], v. 19, n. 5, p. 613-631, 2018.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Barthes: o mito, a moda e a mídia. In: GUERRA, Maria José; CONTANI, Miguel. (org.). **Barthes 100: ideias e reflexões**. Londrina, 2017.

MANTZARLIS, Alexios. Verificação dos fatos. In: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (ed.). **Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo**. Unesco, 2018.

MIGUEL, Luís Felipe. **Em busca da harmonia perdida: mito e discurso político (uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994)**. 1997. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

MÜLLER, Felipe de Mattos. Definindo boato. **Veritas**. Porto Alegre, v. 61, n. 2, p. 425-436, 2016.

NEWMAN, Nic et al. **Reuters Digital News Report 2020**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020. Disponível em:
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf.
Acesso em: 25 jan 2021

NIEMINEN, Sakari; RAPELI, Lauri. Fighting misperceptions e doubting journalists objectivity: a review of fact-checking literature. **Political Studies Review**, Los Angeles, v. 17, n. 3, p. 296-309, 2019.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais Na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

REUTERS. **WhatsApp lança serviço para combater fake news durante eleições na Índia**. Disponível em <http://exame.com/tecnologia/whatsapp-lanca-servico-para-combater-fake-news-durante-eleicoes-na-india>. Acesso em: 25 jan 2021.

SILVA, Juremir Machado da. Fake news, a novidade das velhas falsificações. In: FILGUEIRA, João; Santos, Silvio (org.). **As fake news e a nova Ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Coimbra University Press, 2019.

SOREL, Georges. **Reflexões sobre a violência**. Petrópolis: Vozes, 1993

TANDOC, Edson C.; WEI LIM, Zheng; LING, Richard. Defining 'fake news': a typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, London, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017.

TUCKER, Joshua A.; GUESS, Andrew; BARBERA, Pablo; VACCARI, Cristian; SIEGEL, Alexandra; SANOVICH, Sergey; STUKAL, Denis; NYHAN, Brendan Gerald R. Policy. social media, political polarization, e political disinformation: a review of the scientific literature. **SSRN Electronic Journal**, p. 1-95, 2018. Doi: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3144139>

VITORINO, Maíra Moraes; Renault, David. A irrupção da Fake News no Brasil: uma cartografia da expressão. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 229-259, 2019.

VOSOUGHI, Soroush; Roy, Deb; Aral, Sinan. The spread of true e false news online. **Science**, London, v. 35, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossain. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research e policy making. Estrasburgo: Conselho da Europa, 2017. 109 p.