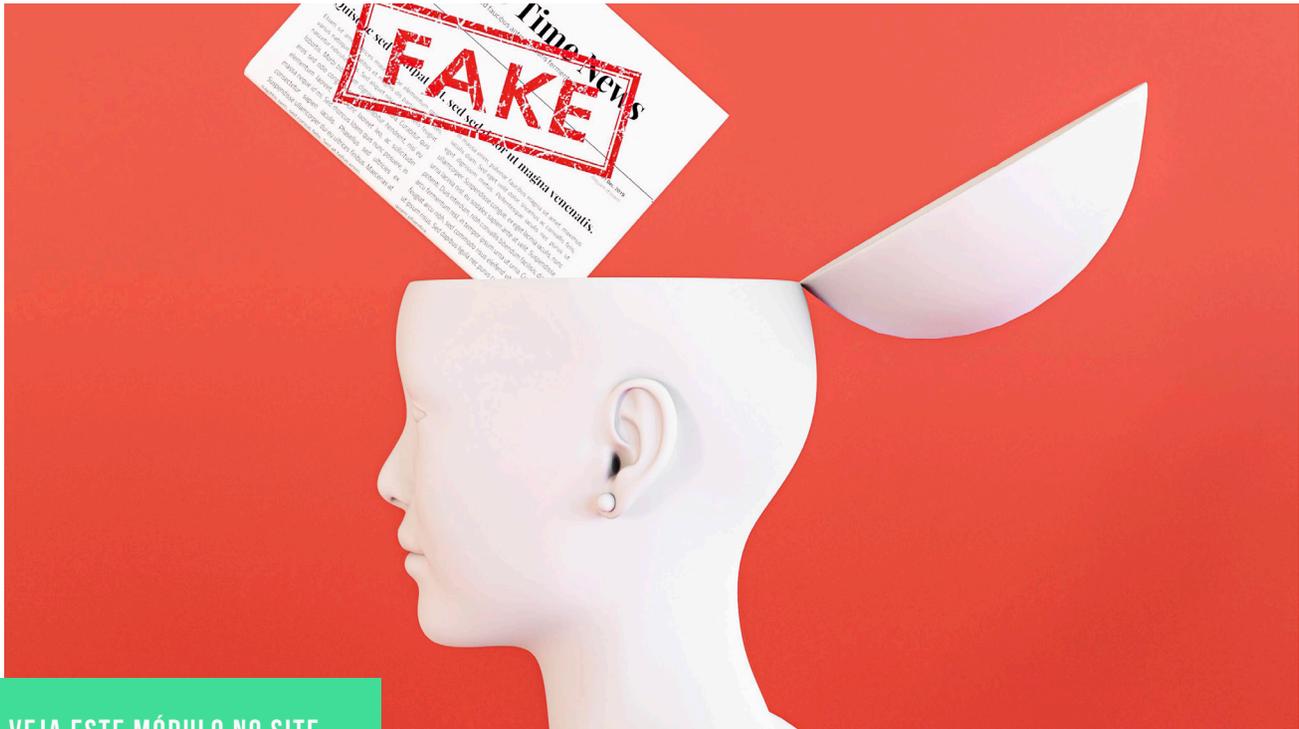




VAZA, FALSIANE!

MÓDULO 3

— COMO USAR O DIÁLOGO PARA COMBATER AS NOTÍCIAS FALSAS —



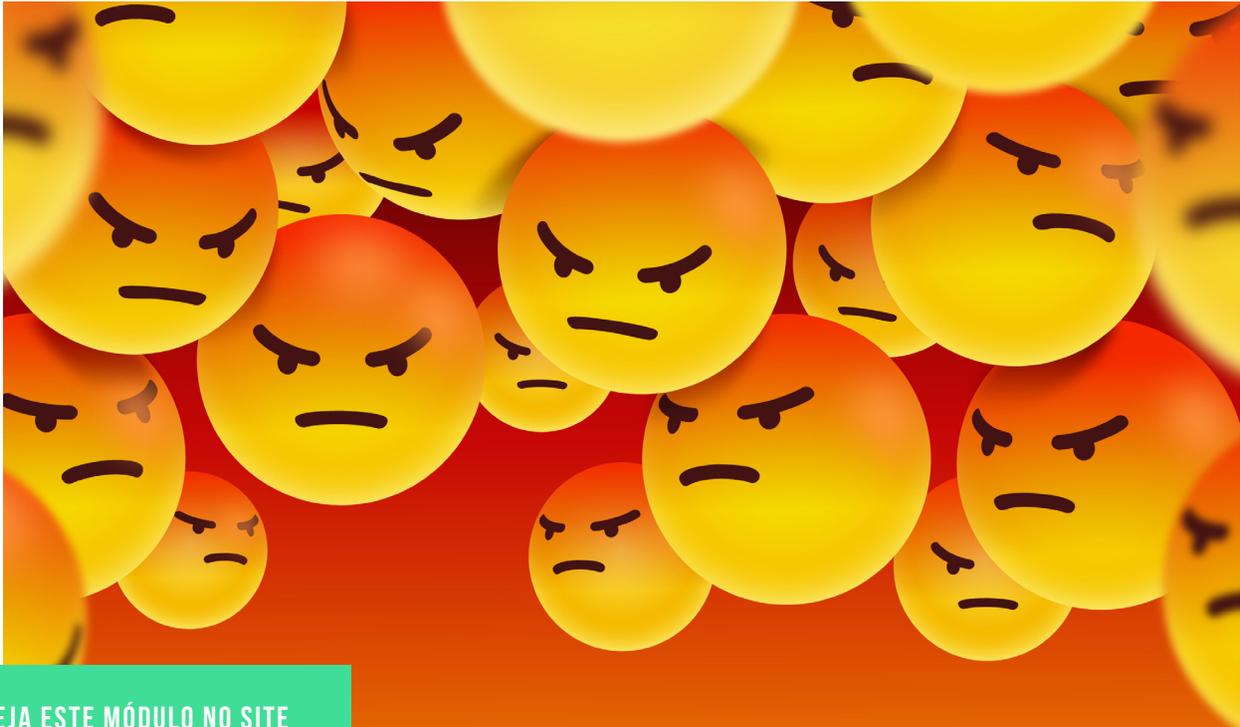
VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

INTRODUÇÃO DO MÓDULO 3

FAKE NEWS E POLÍTICA

Você reconhece e identifica bem as **fake news** e já sabe como combatê-las. Neste módulo, aprofundamos a perigosa relação entre desinformação e política.:

1. **Discurso do ódio: onde vive? do que se alimenta? como se reproduz?**
2. **Eleições e desinformação: um voto de (des)confiança**
3. **Além do fake: a tecnologia a serviço da mentira**

[VEJA ESTE MÓDULO NO SITE](#)

MÓDULO 3

ETAPA 1

DISCURSO DO ÓDIO: ONDE VIVE? DO QUE SE ALIMENTA? COMO SE REPRODUZ?

O que é a polarização política e como ela ataca a empatia e promove o discurso de ódio no Brasil e poder ver em imagens o processo que nos levou a ser uma nação ultrapolarizada, em que um lado não enxerga as razões do outro. Discutiremos a seguir definições do que é o discurso de ódio, como ele funciona, quais as habilidades para reconhecê-lo e estratégias de como identificá-lo. Trataremos também que **o ódio não se combate com silêncio e que devemos nos lembrar que ninguém nasce odiando**, mas aprende-se a odiar. Por fim, mostraremos como o Facebook identifica o discurso de ódio.

1.1

POLARIZAÇÃO POLÍTICA DE MÃOS DADAS COM O DISCURSO DE ÓDIO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Enquanto Jair Bolsonaro estava sendo operado na Santa Casa de Misericórdia de Juiz de Fora, após o lamentável atentado que sofreu em uma atividade de sua campanha eleitoral, em 6 de setembro de 2018, parte das redes sociais começava a trilhar um caminho sombrio.

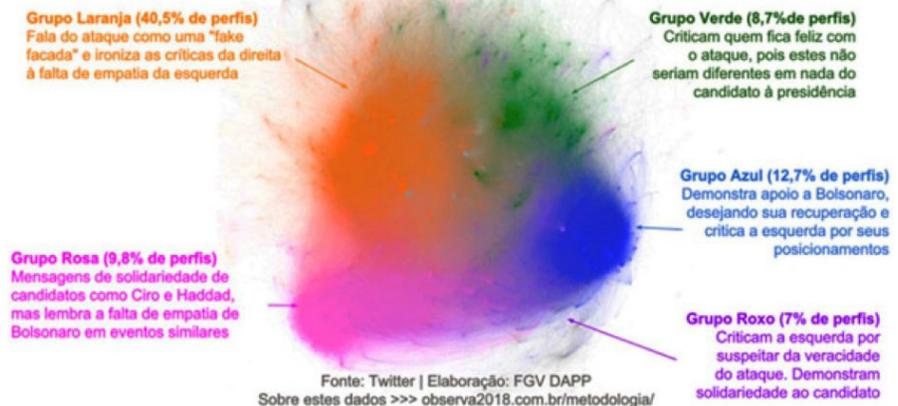
De um lado, **antibolsonaristas** questionavam a veracidade da facada, apesar dos boletins médicos e de toda a cobertura midiática mostrar que ela aconteceu. De outro, **bolsonaristas** apontavam para uma conspiração contra ele, mesmo que tudo apontasse para um desequilibrado movido pelo clima de ódio político no país – hipótese que a Polícia Federal veio a comprovar mais tarde.

Levantamento da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV-Dapp), que analisou **1.702.949 retuítes**, entre 18h30 do dia 6 de setembro (data do atentado) e 9h do dia seguinte, mostrou que 40,5% das interações no Twitter acusaram a facada de ser uma farsa e ironizaram as críticas da direita a uma suposta falta de empatia da esquerda. Veja o gráfico que representa isso:

Mapa de interações sobre ataque a Bolsonaro

1.702.949 retuítes - 18h30 de 06/09 às 09h de 07/09

FGV DAPP
DIRETORIA
DE ANÁLISE
DE POLÍTICAS
PÚBLICAS



A ignorância e o ódio são lugares quentinhos, refúgios diante da realidade fria e desoladora, em que – às vezes – as coisas não fazem muito sentido. Sim, o mundo sem teorias da conspiração seria mais duro. E teríamos que assumir muitas de nossas responsabilidades sem jogar a culpa no desconhecido, no oculto, no sobrenatural, no estrangeiro, na orquestração que nos transforma em fantoches da vida.

Por isso, **nunca precisamos tanto da razão e do diálogo.**

Pessoas e instituições que construam pontes para unir grupos que se xingam mutuamente no escuro, pois acham que sabem o que o outro é e o que o outro pensa. E que, armadas até os dentes com seus preconceitos, estão – literalmente – matando uns aos outros.

Em uma sociedade ultrapolarizada, não raro as pessoas deixam de lado os fatos e guiam-se pelas emoções. Nesse momento, pouco importa a checagem de fatos e técnicas para descobrir falácias. Elas sabem que a informação não corresponde à realidade, mas compartilham-na mesmo assim porque odeiam o alvo da difamação.

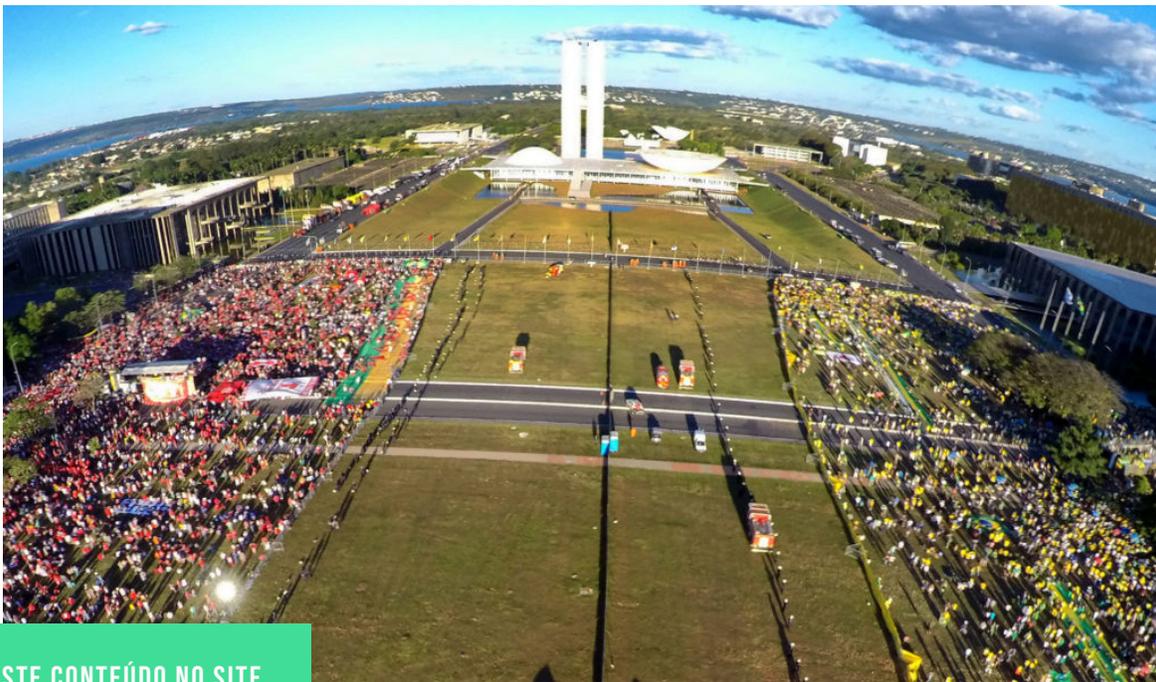
O contato com pessoas e ideias diferentes é importante porque nos lembra que podemos pensar diferente e, ainda assim, conviver de forma pacífica. Quando nos isolamos e perdemos contato, passamos a considerar o outro como uma ameaça ao que somos como grupo. Perdemos a capacidade de sentir empatia, de nos colocar no lugar do outro. Não enxergamos as razões e motivos pelas quais eles pensam o que pensam; vemos apenas uma sombra tosca e simplista de sua existência, que – na verdade – é complexa como a nossa.

Muitos de nós leem, todos os dias, em grupos de WhatsApp e nas redes sociais, que adversários políticos e ideológicos são a corja da sociedade e agem para corromper os valores morais, tornar a vida dos “cidadãos pagadores de impostos”, um inferno, e a cidade, um lixo. Que são seres descartáveis e sujos e vivem na penumbra, ameaçando-nos com sua existência que não se encaixa nos padrões estabelecidos do bem.

A partir daí, acreditamos em discursos de líderes que dizem que o mal deve ser exterminado. E partimos para a guerra on-line e off-line. Não percebemos que, neste momento, nós é que nos tornamos o mal.



1.2 COMO CHEGAMOS À CRISE ATUAL?



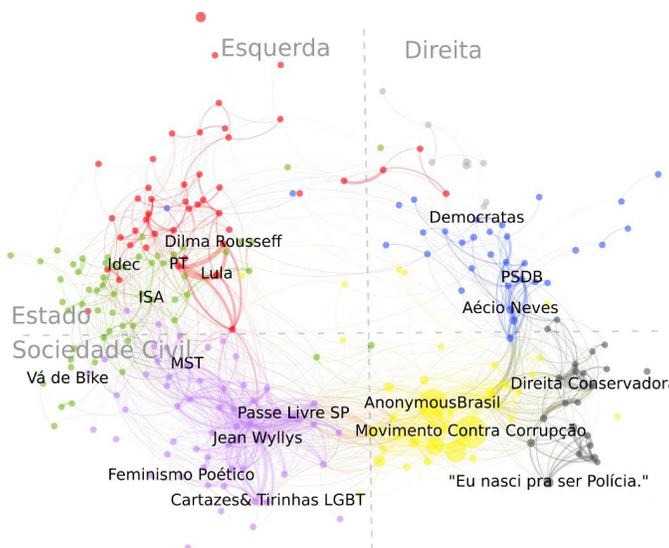
VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Mas como chegamos neste momento em que pouco se ouve o outro e o esforço para se colocar no lugar dele é mínimo?

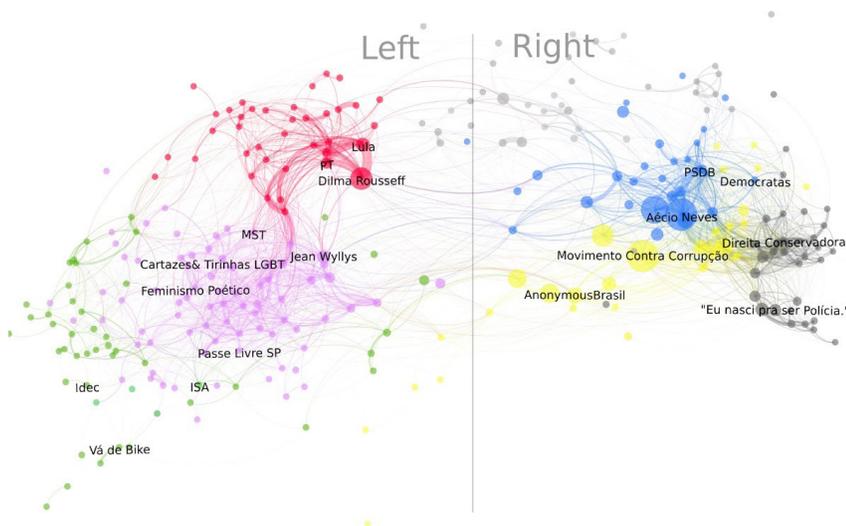
Os gráficos abaixo foram produzidos pelo Monitor do Debate Político no Meio Digital, mantido pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação Digital (Gpopai) da Universidade de São Paulo (USP). Eles mostram como a polarização evoluiu no país de 2013 a 2016.

Cada bolinha (nó) representa uma página do Facebook. Os "nós" estão tão mais próximos quanto mais pessoas em comum curtiram os posts deles. As linhas mostram que pessoas curtem os posts das mesmas páginas. Foram mapeados os padrões de interação de cerca de 12 milhões de brasileiros.

Padrão de interação dos brasileiros em páginas do Facebook em 2013 (marcado pelos protestos pela redução das tarifas do transporte público):

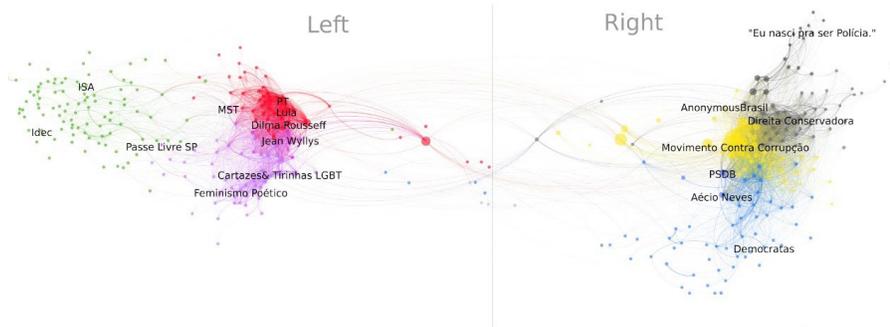


Padrão de interação dos brasileiros em páginas do Facebook em 2014 (marcado pelas eleições presidenciais, que contaram com Aécio Neves e Dilma Rousseff no segundo turno):



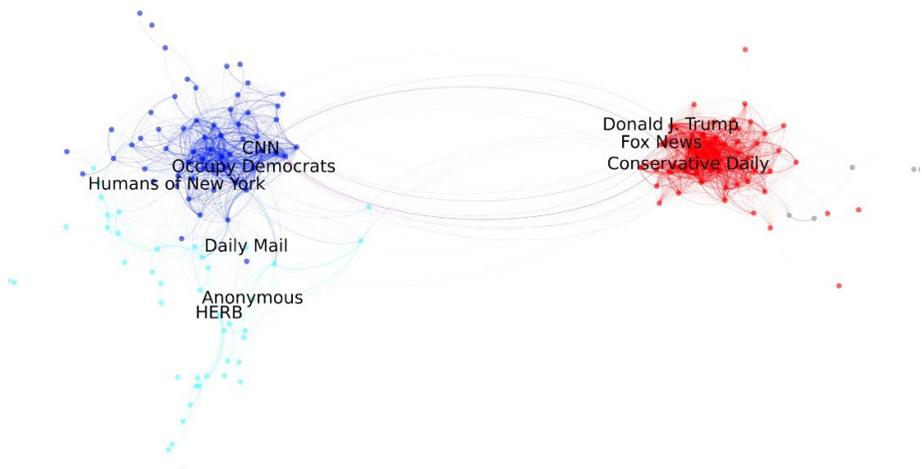
Padrão de interação dos brasileiros em páginas do Facebook em 2016 (marcado pelo processo de impeachment de Dilma Rousseff):





As imagens mostram que enquanto a esquerda e a direita se voltaram a si mesmas, consumindo a informação que elas mesmas produziam, os dois grupos se distanciavam um do outro. Ou seja, menos pessoas acessavam páginas do outro grupo. O outro foi se tornando mais desconhecido ainda. Isso não é um fenômeno puramente brasileiro, mas aconteceu em outras partes do mundo.

Veja o mesmo tipo de gráfico para os Estados Unidos em 2017, primeiro ano da presidência de Donald Trump:



Inspirados por lideranças políticas, econômicas, midiáticas e sociais, de direita e esquerda, avançamos no processo de desumanização de adversários, transformando-os em inimigos, transferindo a eles os piores defeitos. Com a distância aumentando, passamos a não escutar o outro, apenas culpá-lo pelas mazelas ao nosso redor.

MÓDULO 1

MÓDULO 2

MÓDULO 3

MÓDULO 4

Veja o que o Pablo Ortellado, professor do curso de Políticas Públicas da USP e coordenador do Monitor do Debate Político no Meio Digital tem a nos dizer sobre a relação de ultrapolarização política e ódio:

<https://youtu.be/RIZYxwJJzLo>



1.3 O QUE É DISCURSO DE ÓDIO?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Cada país conta com sua própria legislação, baseada em uma série de elementos culturais e históricos. Ou seja, o limite de onde termina a liberdade de expressão e começa o discurso de ódio varia de acordo com cada lugar. Nos Estados Unidos, por exemplo, há ataques violentos contra minorias que não são encaradas pela lei como discurso de ódio. As mesmas declarações, contudo, seriam punidas no Brasil ou em países da Europa Ocidental, por exemplo.

Preocupada com o avanço da intolerância em todo o mundo, a Organização das Nações Unidas lançou, em junho de 2019, um plano de ação sobre o discurso de ódio. Apesar de não haver uma definição aceita globalmente para esse fenômeno, a ONU, no contexto do plano, o entendeu como:

“Qualquer tipo de comunicação falada, escrita ou comportamento que ataca ou usa linguagem pejorativa ou discriminatória com referência a uma pessoa ou grupo com base em quem eles são. Em outras palavras, sua religião, etnia, nacionalidade raça, cor, descendência, sexo ou outro fator de identidade”, explicam as Nações Unidas.

Para Eloísa Machado de Almeida, professora da FGV Direito SP e coordenadora do centro de pesquisa Supremo em Pauta, o discurso de ódio é caracterizado como uma fala que promove o fim da igualdade entre as pessoas – a discriminação por raça, gênero, orientação sexual, idade, religião, origem ou condição social. É um discurso que opera a partir da discriminação para a restrição de direitos e até à violência e à aniquilação do grupo discriminado.

Já o Facebook define discurso de ódio como um ataque, como uma generalização degradante ou calúnia, visando a uma “categoria protegida” de pessoas – incluindo sexo, raça, etnia, religião, origem nacional, orientação sexual, identidade de gênero, deficiência ou doença grave. Mas a plataforma também está sujeita à legislação de cada país.

Por mais que proponha que discursos de ódio devem ser combatidos de diversas formas, a ONU lembra que, do ponto de vista internacional, o limite utilizado para a proibição é o incitamento à discriminação, à hostilidade e à violência. Ou seja, convocar outras pessoas a causarem mal a um terceiro ou um grupo por ele ser quem é.

Recordar é viver: O caso do Homem do Aerotrem

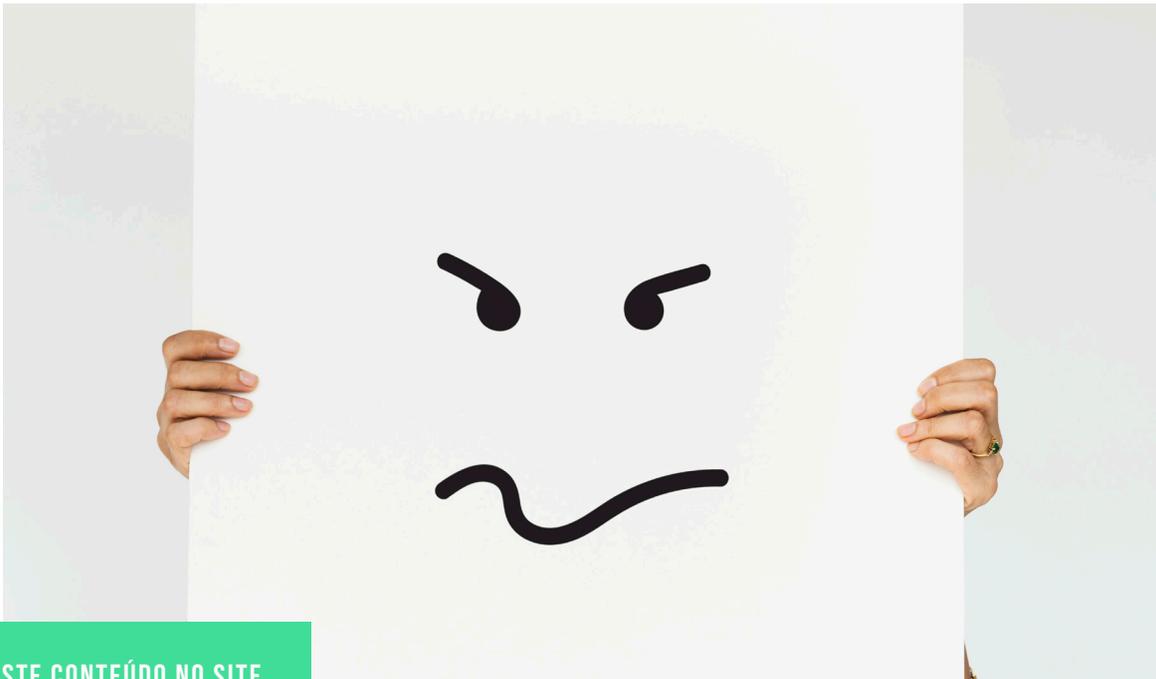
Em um debate com os candidatos à Presidência da República, realizado pela TV Record, em 29 de setembro de 2014, o candidato Levy Fidelix, do PRTB, foi questionado sobre direitos homoafetivos. Como resposta, soltou um rosário de impropérios que fariam corar até os mais fundamentalistas.



Afirmou que “aparelho excretor não reproduz”, comparou gostar de alguém do mesmo sexo a praticar pedofilia e, ao final, conclamou: “Vamos ter coragem! Nós somos maioria! Vamos enfrentar essa minoria. Vamos enfrentá-los”. Esse foi considerado por juristas como um caso de um discurso de ódio que incita à violência. **Ele acabou multado pela Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania do Estado de São Paulo.**



1.4 E COMO FUNCIONAM OS DISCURSOS DE ÓDIO?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O preconceito e o discurso do ódio avançam, muitas vezes, na falta de empatia. Ou seja, quando a capacidade de nos colocarmos no lugar de outra pessoa para tentarmos entender o seu ponto de vista não é exercitada devidamente.

Como nos explica o professor Pasquale Cipro Neto, neste mundo cada dia mais conectado e polarizado, com uma avalanche de desinformação que não para de crescer, defender a ideia de “empatia” é quase um ato revolucionário. Mas fundamental.

Principalmente, se acreditamos que todos nascem com os mesmos direitos que nós

<https://youtu.be/lhjUIV2nFAo>

<https://youtu.be/GT0kIKQbqcw>

1.5

VOCÊ CONSEGUE IDENTIFICAR UM DISCURSO DE ÓDIO?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O combate ao discurso de ódio **não é simples**. Há casos em que ele é bem explícito, como nas frases: "Precisamos acabar com esses índios sujos urgentemente porque eles não são civilizados como nós!", ou "Bichas devem ser mortas porque são aberrações". Mas, na maioria das vezes, ficamos na dúvida. Como combater esse tipo de discurso sem passar por cima da liberdade de expressão?

Além do mais, alguns ataques se enquadram em outros tipos do Código Penal, como a calúnia (acusar alguém de um crime sabendo que a pessoa não o cometeu), a difamação (espalhar algo que prejudique a reputação da pessoa) e a injúria (dizer algo a uma pessoa que ela considere prejudicial) e não em discurso de ódio. Vale ressaltar que dizer algo com ódio não significa necessariamente discurso de ódio.

1.6 ESTRATÉGIAS COMUNS NO DISCURSO DE ÓDIO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Rodrigo Ratier, um dos coordenadores do **Vaza, Falsiane!**, organizou 13 estratégias para identificar o discurso de ódio para a revista **Nova Escola**. Não significa que a mera presença de um desses itens coloca um texto nessa categoria – como vocês já viram, a questão é mais complexa. Mas eles são indicadores para prestarmos atenção se o discurso tem o objetivo de desumanizar o interlocutor. Trazemos aqui os passos para vocês:

1) Ofensas: Palavras que desrespeitam o interlocutor são o sinal mais evidente de ódio: burro, idiota, encostado.

2) Ataque pessoal: O argumentum ad hominem, em latim, é quando se ataca a pessoa, e não o argumento: “Você não é professor; não pode opinar sobre Educação”.



3) Palavras carregadas: Exageros que ressaltam defeitos dos adversários. "O diretor foi humilhado", "A coordenadora deu chiquete".

4) Estigmatização: Reduzir oponentes a uma característica negativa: empresários "são capitalistas insensíveis"; professores são "militantes travestidos de educadores".

5) Bode expiatório: Culpar uma pessoa por um problema complexo: "Paulo Freire é o responsável pela má qualidade da Educação".

6) Neologismo ofensivo: Palavras inventadas para agredir: petralha, coxinha, esquerdopata, reaçã, gayzista, feminazi...

7) Espantalho: Distorção do argumento do adversário para atacá-lo mais facilmente. Exemplo: chamar de "kit gay" o material "Escola sem Homofobia".

8) Versão editada: Editar um debate que foi equilibrado, entre duas pessoas, colocando apenas os trechos em que um deles mandou bem e, o outro, derrapou.

9) Você também: Do latim tu quoque, significa devolver a acusação: "Na sua escola o Ideb também é péssimo".

10) Falso dilema: É mostrar duas opções opostas como as únicas possíveis (quase sempre, há outras). "Se você não faz piquete, é fura-greve."

11) Chamado à guerra: Estratégia dos polemistas para seguir em evidência: "Fulano desafia Beltrano para um debate".

12) Apelo ao passado: Ideia de que tudo ia bem até surgir o "inimigo" (famílias "desestruturadas") ou uma ameaça à tradição.

13) Inversão de sinais: É a troca de sentido da violência: "Com a demarcação, os índios vão tomar nossas terras".



1.7

PARA COMBATER O ÓDIO, É NECESSÁRIO ROMPER O SILÊNCIO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Na prática, a estratégia da ONU para combater o discurso de ódio serve para todos nós no dia a dia: Primeiro, não se combate ódio com silêncio, mas com muita conversa pacífica. Segundo, a responsabilidade por esse combate é de todo mundo, inclusive de quem pensa que o certo é ficar quieto no seu canto e não se intrometer em nada. Quando as pessoas conscientes se calam, o mundo piora. Terceiro, as pessoas precisam ser capacitadas para reconhecer e rejeitar o discurso de ódio – e é isso o que você está fazendo neste capítulo. E, por último, é preciso conhecimento para agir, ou seja, continuar pesquisando para entender as causas do surgimento do ódio.



A jornalista e pesquisadora sobre comunicação não-violenta, Ligia Ximenes, falou ao **Vaza, Falsiane!** sobre uma forma bem simples de furar o silêncio e estabelecer pontes com o outro:

https://youtu.be/_tL8dz_7mvQ

Durante oito meses, o Observatório Proxi (Projeto On-line contra a Xenofobia e a Intolerância), impulsionado pelo **Instituto de Direitos Humanos da Catalunha** e pela organização espanhola **United Explanations**, acompanhou as opiniões em notícias sobre imigração e população roma (conhecidos como ciganos), dois temas especialmente delicados na Espanha. Foram mais de 400 notícias e 4.700 comentários analisados nos três sites com maior audiência do país – **El País, 20 minutos e El Mundo**. Além disso, o projeto se dedicou também a intervir nos fóruns, com o objetivo de reduzir os níveis de aceitação do discurso intolerante.

Para o pesquisador do projeto Alex Cabo, o discurso intolerante é mais recorrente no ambiente virtual do que na vida real na Espanha. “Há pesquisas que indicam que cerca de um terço da sociedade é tolerante à população imigrante, mas nos comentários somos apenas 11%”, problematiza. Ou seja: “temos que sair da nossa zona de conforto e debater”, defende.

Tentando equilibrar o debate, o Observatório também se dedicou a intervir nos fóruns. A participação não almejava dialogar com quem havia escrito mensagens intolerantes e sim com o leitor ambivalente, que não necessariamente participa do fórum, mas utiliza essas opiniões na construção da sua própria. “Há estudos que indicam que os comentários podem interferir na percepção que o indivíduo tem da própria notícia”, reforça Alex.

Na avaliação dos pesquisadores, a ação teve bons resultados já que possibilitou diálogos construtivos entre alguns



comentaristas e estimulou a participação de outros leitores tolerantes. Alex explica que se obteve um resultado melhor quando interviram no início dos debates e conseguiram o apoio de outros internautas, “mas, em outros casos, chegamos tarde demais e a bola de neve já estava formada e rolando”.

Ou seja, se deixarmos o silêncio ele poderá e será preenchido por quem não se importa com a dignidade das pessoas e apenas quer vencer uma guerra política nas redes sociais e aplicativos de mensagens.



1.8

LEMBRE-SE: VOCÊ NÃO NASCE UM HATER, TORNA-SE UM HATER



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

No livro "Eichmann em Jerusalém - Um relato sobre a banalidade do mal", a filósofa Hannah Arendt conta a história da captura do carrasco nazista Adolf Eichmann, na Argentina, por agentes israelenses, e seu consequente julgamento. Ela, judia e alemã, chegou a ficar presa em um campo de concentração durante a Segunda Guerra Mundial antes de conseguir fugir para os Estados Unidos.

O relato levantou muita polêmica na época, pois, ao contrário da descrição de um demônio que todos esperavam, o que ela viu foi um funcionário público medíocre e carreirista, que não sentia culpa sobre suas ações e atividades e repetia clichês. Para ela, ele **não apresentava distúrbios mentais ou caráter doentio**. Agia acreditando que, se cumprisse as ordens

Ihe fossem dadas, ascenderia na carreira e seria reconhecido entre seus pares por isso. Cumpria ordens com eficiência, sendo um bom burocrata.

Hannah Arendt não quis com o texto, que Ihe trouxe ameaças e Ihe tirou amigos, suavizar os resultados da ação de Eichmann, mas entendê-lo em um contexto maior. Seria fácil pensar que pessoas têm uma natureza maligna. Mas a maldade, construída aos poucos, por influência de pessoas e diante da falta de crítica, ocupa espaço quando as instituições politicamente permitem.

É assustador saber que alguém visto como “normal” e “comum” pode ser capaz, nos contextos histórico, político e institucional apropriados, tornar-se o que convencionamos chamar de “monstro”. Sim, os “monstros” podem ser nossos vizinhos - aquela que empina pipa com sua filha, aquele que faz um ótimo churrasco, aquele que adora cuidar de roseiras. Ou podemos ser nós mesmos.

Cuidado com quem exerce o ódio como profissão

Há também os profissionais da retórica da provocação do ódio, aqueles que montam seus discursos de forma competente para que seus leitores e ouvintes sintam raiva e queiram exterminar outros grupos sociais sem que, para isso, precise ele próprio dizer nada.

Esse tipo de profissional é fascinante por duas razões: primeiro, o discurso de ódio propriamente dito não fica por sua conta, mas da de seus comentaristas ou grupos de apoio - formalmente, ele é apenas a faísca que dispara o processo. E, em segundo lugar, pois, quando o acusado tende a usar como resposta não a defesa da própria liberdade de expressão, mas que o outro é que está provocando o ódio contra ele.

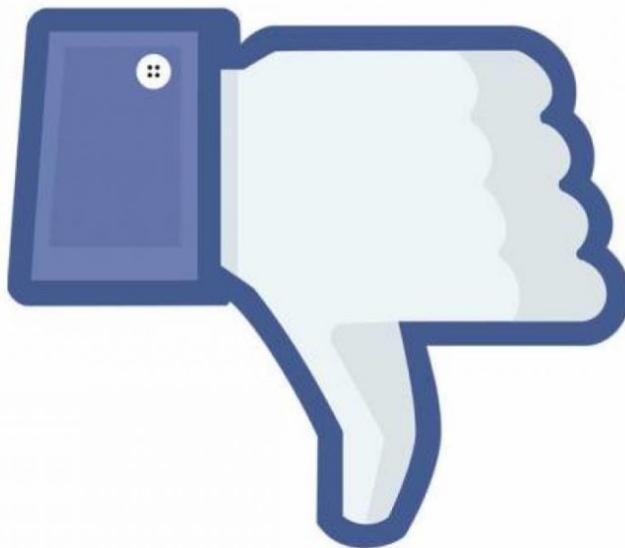


São comunicadores, políticos e religiosos e estão no nosso dia a dia, nos fazendo sentir ódio pelo que não conhecemos sem que sejamos capazes de perceber. A melhor maneira de combatê-los é não comprar discursos prontos, mas refletir sempre por conta própria.



1.9

MAIS UM TESTE: COMO O FACEBOOK IDENTIFICA O DISCURSO DE ÓDIO?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O **The New York Times**, um dos jornais mais influentes do mundo, publicou em outubro de 2017 um teste para verificar se os seus leitores eram capazes de identificar **como o Facebook analisa o discurso de ódio**. Sob a ótica das regras da plataforma, Danielle Citron, especialista em privacidade de informações e professora de Direito da Universidade de Maryland, ajudou o jornal a analisar seis declarações profundamente ofensivas. Claro que, aqui, o padrão obedecido é a lei dos Estados Unidos, mais permissiva.

Trouxemos um resumo do teste do **The New York Times** a seguir. Mas lembre-se: isso é como o Facebook, que é a maior plataforma de redes sociais do mundo, analisa a questão. Não significa que a lei brasileira adota exatamente o mesmo critério. E a última palavra é sempre da lei.





VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

MÓDULO 3 ETAPA 2

ELEIÇÕES E DESINFORMAÇÃO: UM VOTO DE (DES)CONFIANÇA

Nos períodos eleitorais há um aumento da preocupação com as fontes de informação que são usadas no debate público. A partir de agora você vai entender por que as eleições são uma oportunidade bastante tentadora para quem quer atrapalhar o debate político com desinformação – e como podemos evitar isso. Vai ver como as informações compartilhadas em redes sociais podem influenciar decisões importantes, como as eleições. Por fim, pode testar na prática o que aprender, para verificar se era verdade ou não os conteúdos que circularam nas eleições de 2018.



2.1

ELEIÇÕES: DISPUTA ACIRRADA NO TORNEIO DAS
PIORES FONTES DE INFORMAÇÃO

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

As eleições envolvem escolhas importantes: quem melhor nos representa para liderar o debate político? Mas o resultado dessa decisão depende da qualidade das informações que nós usamos na hora de avaliar nossas alternativas. Fazer essa escolha baseada em informação falsa é uma garantia de confusão e arrependimento.

Nesse quesito, não estamos sozinhos. Desde 2016, diversas votações ao redor do mundo foram acompanhadas de preocupação quanto à qualidade das informações que chegavam aos eleitores. Durante a consulta popular para verificar se o Reino Unido deveria deixar a União Europeia, **informações imprecisas** dificultaram o trabalho dos eleitores, que tinham que pesar os benefícios e os custos de ficar ou sair do grupo europeu.

No mesmo ano, a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos acendeu o sinal amarelo sobre a força das redes sociais na influência dos votos. Foi nessa eleição que o termo **fake news** se popularizou, e, desde então, todo país que passa por votações importantes acaba sendo inundado por conteúdos falsos que proliferam pelas redes sociais.

Mas, por que as eleições são um momento tão crítico para a proliferação de conteúdo falso? **Fake news** conseguem vencer eleições?

Muita calma nessa hora. Dois pesquisadores norte-americanos publicaram um estudo avaliando o impacto de notícias falsas na eleição de Donald Trump para presidente dos EUA, em 2016. Essa pesquisa apontou que a exposição a **conteúdos falsos em redes sociais pode ter tido um peso limitado**, influenciando votos em uma margem pequena, inferior a 0,1%, o que não seria suficiente para alterar o resultado geral da eleição.

Nos Estados Unidos, a eleição para presidente foi definida por uma margem apertada em poucos estados, e muitas formas de combate às notícias falsas ainda estavam engatinhando. Se os pesquisadores ainda têm dificuldade para determinar se as notícias falsas influenciaram ou não na vitória de Donald Trump, isso é ainda mais difícil em eleições como as brasileiras, em que a diferença de votos entre os candidatos foi muito maior.

É **difícil definir se uma mentira específica conseguiria mudar um voto**, porque esse processo de decisão é bastante complexo e instável e envolve muitas variáveis. Mas não ajuda nada tomar uma decisão tão importante no meio de tanta confusão.

Ainda assim, no vale-tudo partidário, alguns atores mal-intencionados se aproveitam de um problema que acontece nas eleições: muita gente está pensando nos mesmos problemas (em quem votar?) e precisa tomar essa decisão em pouco tempo. O volume de informações é imenso, e não dá para saber tudo sobre todos os candidatos: imagine ponderar as propostas dos milhares de candidatos a deputado, senador, governador e presidente.

Então, como muitos eleitores não terão tempo suficiente para definir seu voto, entra em campo a oportunidade para quem quer tentar dar uma “ajudinha”, mostrando uma informação personalizada: esse candidato aqui vai defender um tema importante para você, ou combater algo que você odeia.

Com as redes sociais, ficou mais fácil direcionar a mensagem certa para convencer o público certo. Um candidato pode fazer uma mensagem personalizada para aposentados no interior da Paraíba dizendo que lutará contra a reforma da previdência, e outra para pequenos empresários amazonenses defendendo a flexibilização da lei trabalhista. Cada grupo tem um interesse específico, e vai se sentir representado, mesmo que essa salada de propostas pareça um pouco contraditória.



2.2 A POLARIZAÇÃO QUE ALIMENTA A DESINFORMAÇÃO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Esse processo é complicado pelo fenômeno de polarização ideológica que temos enfrentado nos últimos anos. Os opostos não só se odeiam, mas recusam a dialogar, e passam inclusive a selecionar suas próprias fontes de informação que se encaixem na sua ideologia, ignorando perspectivas divergentes.

Um **estudo de pesquisadores da USP** mostra que essas “informações de combate” acabam sendo usadas para fortalecer opiniões prévias, mas não apresentam muita abertura para crítica e acabam contaminando o debate coletivo.

Com essa radicalização, ganha mais atenção quem grita mais alto, com a informação mais absurda. Não é surpresa alguma que muitos apelem para distorções e até para a pura e simples invenção de informações para provar que seus inimigos são tão terríveis quanto seu público imagina – e que só dá para confiar mesmo em quem está do mesmo lado na disputa política.

Lógico que isso não é exclusivo do período eleitoral: um estudo dos pesquisadores da USP mostrou que o debate político on-line já está bastante tóxico há anos. Mas as eleições são um momento particularmente relevante, porque temos decisões muito importantes para fazer na hora de escolher nossos representantes políticos.

Na tentativa de evitar que informações falsas contaminassem a eleição, quase acabamos piorando tudo. Um ano antes das urnas serem abertas, durante a reforma política o Congresso brasileiro aprovou uma emenda que permitiria a remoção de conteúdos que promoveriam a “disseminação de informações falsas ou ofensa em desfavor de partido ou candidato”.

Parece uma boa ideia? Como bastava que alguém denunciasse o conteúdo como falso ou ofensivo para que ele fosse removido da internet, seria uma porta aberta para que todo internauta virasse um censor em potencial, atirando para todos os lados e derrubando qualquer conteúdo que ele não gostasse. A proposta foi tão desastrosa que até seu autor passou a defender que o **presidente a vetasse**, o que acabou acontecendo.

Notícias falsas são um problema grave, mas seu combate não pode abrir espaço para a censura generalizada. A emenda não só ia sair pior que o soneto: ia simplesmente calar toda a poesia.



Com esse tropeço inicial na mudança das leis eleitorais, a votação em 2018 parecia ter tudo para ser bastante problemática. Quem apostava na bagunça, não se decepcionou. Até a credibilidade da eleição passou a ser questionada, quando uma série de **vídeos e conteúdos falsos** passaram a circular acusando a urna eletrônica de fraude. A confusão foi tanta que o Tribunal Superior Eleitoral precisou lançar um site para desmentir esses absurdos ao mesmo tempo em que determinava de forma polêmica a remoção de **conteúdos falsos** durante a eleição.

No meio de uma campanha com lances inacreditáveis, sobrou espaço para estórias absurdas. Até o evento mais impactante da eleição – o atentado contra o líder das pesquisas, Jair Bolsonaro – foi alvo de **especulações e teorias da conspiração** que chegavam a questionar se o ataque teria realmente acontecido. Mesmo com imagens, dezenas de testemunhas e declarações de médicos que acompanharam o tratamento, tem gente que **passou meses achando que era tudo encenado!**

No front do jornalismo profissional, não faltou trabalho para as já tradicionais agências de checagem de fatos, como **Lupa, Aos Fatos e Truco** (veja mais sobre esses conteúdos no módulo 2).

Para combater a enxurrada de desinformação, alguns veículos criaram suas próprias equipes, como o **“Fato ou Fake”** da **Globo**. Outras organizações noticiosas se juntaram para dividir os trabalhos e multiplicar seu alcance por meio do projeto Comprova.

Iniciativas educacionais (como o nosso **Vaza, Falsiane!**) também espalharam o alerta que não dá para confiar em qualquer notícia na internet. Mas quem produz conteúdo falso percebeu que simular o formato jornalístico podia estar muito manjado. Nessa disputa entre quem engana melhor, passaram a surgir novos formatos mais sofisticados (e bem mais toscos também) de fakes – como veremos a seguir.



2.3

VÍDEO: ELEIÇÕES – ABERTA A TEMPORADA DE DESINFORMAÇÃO



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Informações falsas que circulam nas redes sociais são particularmente problemáticas durante períodos eleitorais, quando milhões de eleitores se reúnem para escolher nossos futuros representantes políticos. Mas essas notícias falsas são capazes de influenciar o resultado final das eleições? Nesse vídeo, explicamos o papel das **fake news** na definição do voto.

<https://youtu.be/xotrty8-S8c>

2.4**JOGO DOS 7 ERROS: IMAGENS QUE VIERAM PARA
CONFUNDIR, NÃO PARA EXPLICAR**[VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE](#)

Quem passou essas para frente, errou feio. Relembre os piores momentos das eleições de 2018 em uma galeria de imagens com (muito mais do que) 7 erros.





1 - Mamadeira pentelha

Um vídeo amador com menos de um minuto viralizou na semana anterior ao primeiro turno mostrando uma mamadeira com um bico no formato de um pênis. O narrador do vídeo dizia que esse objeto bizarro fora distribuído para escolas e creches pelo PT e seu então candidato, Fernando Haddad, com a desculpa de combater a homofobia. A denúncia, **evidentemente falsa**, nem especificava quais escolas seriam essas, e só mostrava um produto que pode ser comprado em sex shops - sem acesso para crianças, obviamente. Mas muita gente caiu na histeria, e em 48h o vídeo foi visto **mais de 3 milhões de vezes**.



2 - A falsa farsa da facada

A comoção que se seguiu ao atentado contra Jair Bolsonaro, então candidato a presidente, foi terreno fértil para muitas teorias da conspiração. À esquerda, **muitos questionaram até mesmo se o atentado teria acontecido de verdade** e se não seria uma simulação, um delírio que ignorava a realidade dos fatos confirmadas por inúmeras fontes médicas envolvidas no caso. À direita, surgiram montagens com a foto do responsável pelo ataque com lideranças petistas e a **acusação falsa de que ele trabalharia para a campanha de Dilma Rousseff** ao senado e que seria militante petista - na verdade, Adelio Bispo de Oliveira foi filiado ao PSOL entre 2007 e 2014.



3 - Urnas fraudadas

Um vídeo falso mostrava uma urna eletrônica que supostamente completaria o número do então candidato Fernando Haddad, do PT. O vídeo manipulado sugeria que, após digitar a tecla 1, automaticamente apareceria a foto do petista, o que poderia induzir ao erro quem fosse votar em um dos outros candidatos com numeração que começasse

com o mesmo algarismo – isto é, se a história não fosse **completamente inventada** e o vídeo, manipulado. Notícias falsas sobre as urnas foram tão frequentes que o Tribunal Superior Eleitoral passou a divulgar desmentidos para combater essa campanha de descrédito na eleição a partir de **imagens falsas** ou descontextualizadas.



4 - Kit gay

Desde que foi proposta, em 2011, a cartilha produzida pelo Ministério da Educação para combater homofobia passou a ser caracterizada como propaganda de opções sexuais nas escolas públicas. Com a famigerada alcunha do “kit gay”, essa história reaparece sempre que o então ministro da Educação, Fernando Haddad, se candidata a algum cargo político – apesar de ele não ter sido seu criador, a cartilha nunca ter chegado às escolas e seu conteúdo tampouco se destinava a crianças de seis anos, como muitas **mensagens sugerem**.

Nas eleições de 2018, uma **imagem falsa manipulava a capa original da cartilha**, que nunca saiu do papel, mas parece ter caído no gosto dos seus detratores. De acordo com levantamento da **agência Pública**, diversas contas de lideranças políticas e religiosas publicaram “denúncias” sobre o “kit gay” em redes sociais, que somaram centenas de milhares de compartilhamentos em redes sociais durante a eleição. Essas críticas chegaram até às entrevistas com os presidentiáveis na Globo, quando se tentou criticar o livro **Aparelho Sexual e Cia.** por fazer parte do “kit gay” nas escolas – **apesar de essa obra não ser parte do projeto de combate à homofobia, e nem mesmo ter sido indicada para as bibliotecas escolares.**



5 - Aeromito

Imagens alteradas digitalmente mostravam avião, helicóptero e caminhão da empresa Havan com as cores do Brasil e imensos rostos do Bolsonaro. Os veículos realmente existem e são da empresa, mas a campanha para o então candidato a presidente não foi ao ar nem saiu pelas ruas – literalmente. Os checadores que foram apurar essa história ficaram surpresos quando descobriram que **as imagens foram editadas digitalmente pela própria empresa**, cujo proprietário, o empresário Luciano Hang, apoiava Bolsonaro para presidente e avaliava se esse tipo de propaganda seria viável.



6 - Vestindo mentiras

Foram tantas imagens manipuladas de camisetas que fica até difícil de escolher o melhor modelo. Todos os lados acabaram sendo alvo de um processo simples de edição digital de fotografia. **Flávio Bolsonaro teve fotografia falsa com dizeres contra nordestinos**. Geraldo Alckmin teve uma **foto antiga republicada com manipulação** para parecer que apoiava o rival de seu partido no governo de São Paulo. Entre as vítimas preferenciais, a ex-candidata a vice-presidente Manuela D’Ávila apareceu com uma **camiseta falsa: a foto original mostrava a frase “rebele-se”, mas alguém manipulou a imagem para aparecer “Jesus é travesti”**. Manuela também foi vítima de imagens manipuladas que mudaram suas tatuagens, incluindo desenhos falsos de Lenin e Che Guevara.

Entre esses looks inacreditáveis, dava até para fazer um desfile de fake fashion.





7 - Pesquisas sob encomenda

Sobrou até para as pesquisas eleitorais. Em uma **eleição com viradas surpreendentes**, os institutos de pesquisa sofreram muitas críticas por seus erros. Mas também não precisava apelar. Era falsa a capa da **Veja** - **como o site da própria revista alertou** - sobre um “escândalo” de pesquisas eleitorais com resultados comprados. A história falsa sugeria que Lula estava por trás do esquema para dar a impressão que Bolsonaro não liderava a disputa. A mentira foi compartilhada, mesmo sem fazer muito sentido, porque as pesquisas eleitorais já apontavam Bolsonaro na frente.





VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

MÓDULO 3 ETAPA 3

ALÉM (E AQUÉM) DO FAKE

Você vai aprender como os avanços tecnológicos permitiram a criação de conteúdo falso muito profissional, com vídeos capazes de enganar até especialistas. Por outro lado, vamos discutir a explosão de conteúdos bem toscos, fáceis de criar e bastante sedutores ao adotar uma linguagem amadora. Você vai ver os desafios para detectar esses novos formatos. E, no final, vamos testar suas habilidades para não ser enganado por conteúdos que não seguem o modelo tradicional das fake news - e ainda deixam muita gente confusa.



3.1

AS FAKES NEWS ESTÃO FICANDO MAIS
SOFISTICADAS...

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Para acreditar em algo, muita gente prefere ver com seus próprios olhos. Mas, e quando os seus olhos te enganam?

Quem assistiu ao filme **O curioso caso de Benjamin Button** viu o rosto do ator Brad Pitt em um corpo de idoso, um bebê com rosto de velhinho e muitas outras imagens inacreditáveis. Mas estava bem claro para todos que era só a magia do cinema em ação: usando tecnologia, a equipe de efeitos especiais inseriu digitalmente o rosto do astro nas cenas com atores mais velhos e com bebês. A equipe responsável por esse milagre investiu milhões de dólares nesse processo, passou meses tratando as imagens e, no final, ganhou até um Oscar.



Isso foi em 2008. Dez anos depois, com o avanço (e o barateamento) da tecnologia, um simples aplicativo de celular é capaz de trocar rostos em imagens em movimento com qualidade assombrosa – e em tempo real!

Criar cenas que nunca aconteceram com qualidade de cinema está ao alcance dos dedos de qualquer um. Não precisamos mais de um estúdio de Hollywood para construir essas imagens inacreditáveis – os computadores podem manipular automaticamente vídeos de forma a colocar qualquer rosto em outro corpo.

Para fazer isso, usam uma tecnologia em que as máquinas criam modelos digitais dos rostos a partir de uma amostra de imagens – alguns vídeos de uma pessoa, por exemplo. Depois, são capazes de inserir esse modelo em outros corpos. Com muitas imagens de amostra, é possível inclusive manipular a boca desse frankenstein digital para que ele diga o que você quiser.

Com mais um simulador de voz, ou um bom imitador, pronto: você tem um personagem que pode manipular para fazer ou dizer qualquer coisa.

Esses vídeos são chamados de “**deepfakes**”, porque eles usam um algoritmo de “deep learning”, ou seja, de “aprendizado profundo”, que permite aos computadores “aprenderem” a manusear quantidades gigantescas de informações – por exemplo, as cores, proporções, texturas e movimentos de um determinado rosto. Uma vez que a máquina “aprende” essa lição, é capaz de adaptar esses dados em um modelo maleável.

Estudo desenvolvido por dupla de **pesquisadores da Universidade Purdue**, nos EUA, explica que essa tecnologia foi popularizada por meio de aplicativo desenvolvido por um usuário do site de mídia social Reddit que usava o termo “**deepfakes**” como seu apelido.



Alguns usuários se divertiam de forma inofensiva trocando o rosto de atores de Hollywood em filmes e colocando rostos de **celebridades no corpo de bebês**. Mas essa tecnologia rapidamente passou a ser usada de forma maliciosa, criando pornografia falsa com rostos de celebridades, como a atriz Gal Gadot, que interpreta a Mulher Maravilha – **e até de pessoas comuns, como você, seus amigos ou familiares.**

Os pesquisadores norte-americanos destacam que desde o começo surgiram preocupações de que essa ferramenta poderia ser usada para arruinar carreiras, com um impacto particularmente grande para atacar políticos durante eleições. O cineasta norte-americano Jordan Peele mostrou que a qualidade dessas imagens pode ser tão grande quanto seu impacto na reputação dos retratados, criando um **vídeo falso do ex-presidente Barack Obama** xingando o atual líder do país, Donald Trump.

O maior problema é que não é fácil de perceber que as imagens são falsas, e os **deepfakes** mais sofisticados podem confundir até especialistas. Na eleição para governador de São Paulo, em 2018, um vídeo supostamente mostrava o candidato que liderava as pesquisas na cama, nu, durante encontro sexual com três mulheres.

Alguns peritos apontaram que o vídeo apresentava **sinais de manipulação**, enquanto outros especialistas apontavam que **não seria possível ter certeza se as imagens eram falsas ou não.**

Quem é leigo no assunto tem dificuldade de identificar a fraude, mas é possível ficar alerta para alguns sinais suspeitos. Reportagem especial do **UOL TAB** recomenda prestar atenção em problemas de sincronização do áudio com a boca, ficar atento às proporções do rosto e diferenças de iluminação, prestando atenção se as expressões faciais são naturais ou se parecem artificiais, como um robô.



Vídeos com qualidade das imagens muito baixa são particularmente difíceis de verificar se houve ou não manipulação, e por isso merecem cuidado dobrado. E não custa lembrar: em casos de informação de interesse público, vale confirmar se a informação foi publicada em veículos jornalísticos com credibilidade. Antes de tomar qualquer decisão ou atitude drástica, precisamos de cautela para não se arrepender depois.

Finalmente, não podemos ignorar um dano colateral nessa histeria coletiva com os **deepfakes**. Se as fraudes estão ficando tão sofisticadas que não podemos mais acreditar nos nossos olhos, no que ainda podemos confiar?

A pesquisadora britânica **Claire Wardle** alerta que não devemos nos desesperar e precisamos tomar cuidado para que essa desconfiança generalizada não acabe tendo efeitos ainda mais negativos. Algum espertinho pode tentar desacreditar denúncias comprovadas com vídeos ou áudio, dizendo que é tudo falso, por exemplo.

Por enquanto fraudes sofisticadas como os **deepfakes** ainda são raras. É inacreditável, mas as enganações mais frequentes (e, pelo jeito, mais eficientes) continuam sendo bastante simples, toscas até – como veremos a seguir.



3.2 E A ZOEIRA NÃO TEM LIMITE: O AMADORISMO FAKE



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Parece contraditório, mas ao mesmo tempo que os conteúdos enganosos se aproveitam dos avanços tecnológicos para ficar cada vez mais sofisticados, alguns dos itens que mais viralizam são também os mais toscos. E o motivo para isso talvez seja nossa desconfiança em relação à imprensa e a valorização das informações que são passadas por pessoas como nós.

Mas vamos por partes. Em primeiro lugar, vale lembrar alguns dos conteúdos que foram mais compartilhados nas eleições de 2018. Segundo compilação da agência **Aos Fatos**, dos cinco conteúdos falsos mais populares no primeiro turno da eleição, quatro deles são produções bastante simples, que não demandariam conhecimentos muito complexos de edição de imagens ou manipulação.

São vídeos tirados de contexto, áudios de autoria imprecisa, memes bastante simples. Outro sucesso de público que já discutimos no módulo anterior, o vídeo com a “mamadeira erótica” foi uma das quinze produções mais compartilhadas nessa lista do **Aos Fatos**. E é uma produção caseira bem simples: basicamente alguém se filmou segurando o brinquedo erótico sem muita produção nem nada.

Pelo jeito, não precisa de muitos recursos para enganar muita gente. Pelo contrário, parece que quanto mais tosco, melhor.

É justamente essa falta de sofisticação e o toque amador que dá mais força para esses conteúdos. **Uma dupla de pesquisadores da PUC-Minas e da USP** tenta explicar por que muitos conteúdos que recentemente viralizaram têm um aspecto simples, quase caseiro.

Para os pesquisadores, essa aparência de espontaneidade pode ser uma reação às acusações de que conteúdos falsos tem motivação partidária. O jeito meio tosco desses vídeos é uma forma de afastar qualquer impressão de que eles sejam resultado de campanhas institucionais. Ao mesmo tempo, eles parecem mais autênticos pois têm um toque caseiro, como algo que seria produzido por um amigo seu, por seu tio - ou por você mesmo.

Por parecerem mais espontâneos e autênticos, eles conquistaram a confiança de muita gente por um processo de identificação: se você vê nessas imagens alguém parecido ou próximo de sua realidade, pode acabar confiando na mensagem. Se tem a sua cara, merece a sua confiança.

E, vale destacar, nenhum desses conteúdos poderia ser classificado como **fake news** tradicionais, já que esse conceito se aplica a conteúdo que simula o formato jornalístico para enganar. **É como se as fake news estivessem ficando menos news, e mais fake.**

Nenhum desses conteúdos se parece com algo que a imprensa publicaria. Mas muitos têm a cara de postagens que usuários comuns publicariam em redes sociais. Mais uma vez, a dupla de pesquisadores da PUC-Minas e da USP considera que isso pode estar relacionado com uma crescente desconfiança de parte do público em relação à mídia profissional.

E faz sentido: **pesquisador do MIT**, nos EUA, já alertava há anos que o fenômeno das **fake news** pode abalar a credibilidade de instituições tradicionais, como a imprensa. Pelo fato de o público ter aprendido a dura lição de que as notícias falsas imitavam o formato jornalístico, muita gente deixou de confiar em notícias de modo geral – sejam elas produzidas com trabalho sério de jornalistas profissionais ou em sites falsos sem autoria nem verificação.

Para ainda continuar enganando quem já estava vacinado contra as **fake news** tradicionais, os fraudadores tiveram que se reinventar. Deixaram de lado a fantasia de jornalistas, e passaram a se vestir como pessoas comuns – o que, de certa forma, não deixa de ser verdade, porque muitos desses conteúdos falsos são realmente produzidos e repassados para frente por pessoas como nós.

Esse novo formato tosco é triplamente eficiente. Em primeiro lugar, **é mais fácil de produzir: qualquer um pode filmar algo**, ou simplesmente pegar uma imagem que já está na internet e escrever uma legenda absurda para tirar a história do contexto.

Antes, era necessário fazer um site falso, escrever um texto e manipular imagens, um trabalho para uma meia hora, no máximo. As **fake news** tradicionais já eram muito mais eficientes que o jornalismo tradicional, que levava várias horas para checar e refutar uma informação falsa. Mas agora em um par de minutos qualquer um cria sua própria mentira



e difunde diretamente pelas redes sociais. Fica difícil para o jornalismo profissional – e mesmo as **fake news** tradicionais – competirem.

Além disso, por serem mais fáceis de criar, podem se multiplicar bem mais rapidamente. Entre milhares de conteúdos falsos, os mais eficientes vão ser compartilhados mais. Ao invés de investir muitos recursos na produção de um conteúdo falso sofisticado com tecnologia de ponta, é mais fácil produzir dezenas de tosqueiras amadoras e deixar o público escolher (e replicar) o melhor. É a seleção natural das redes sociais, em que os mais toscos sobrevivem e se proliferam.

Por fim, também são mais eficientes justamente porque **não procuram competir em pé de igualdade com o jornalismo**. As **fake news** tradicionais, que usavam o formato jornalístico, estavam disputando com a imprensa no terreno dela: os checadores usavam essa fragilidade para mostrar que, em comparação, a informação deles era mais contextualizada e podia ser verificada.

Mas esses novos conteúdos toscos já partem do pressuposto que muita gente nem confia mais no jornalismo, e prefere acreditar em histórias contadas por gente como a gente. Fica difícil mostrar para essas pessoas que um vídeo falso foi refutado por uma agência de checagem, se essas pessoas não confiam mais na imprensa como um todo.

A disputa saiu do terreno do jornalismo e, agora, ficou pessoal. Os conteúdos parecem produzidos por pessoas comuns: mas qual o interesse dessa galera em sair espalhando mentiras?

O problema é que, no cenário polarizado das redes sociais, a disputa por atenção – e por seu voto, em períodos eleitorais – leva muita gente comum a agir como militantes que só

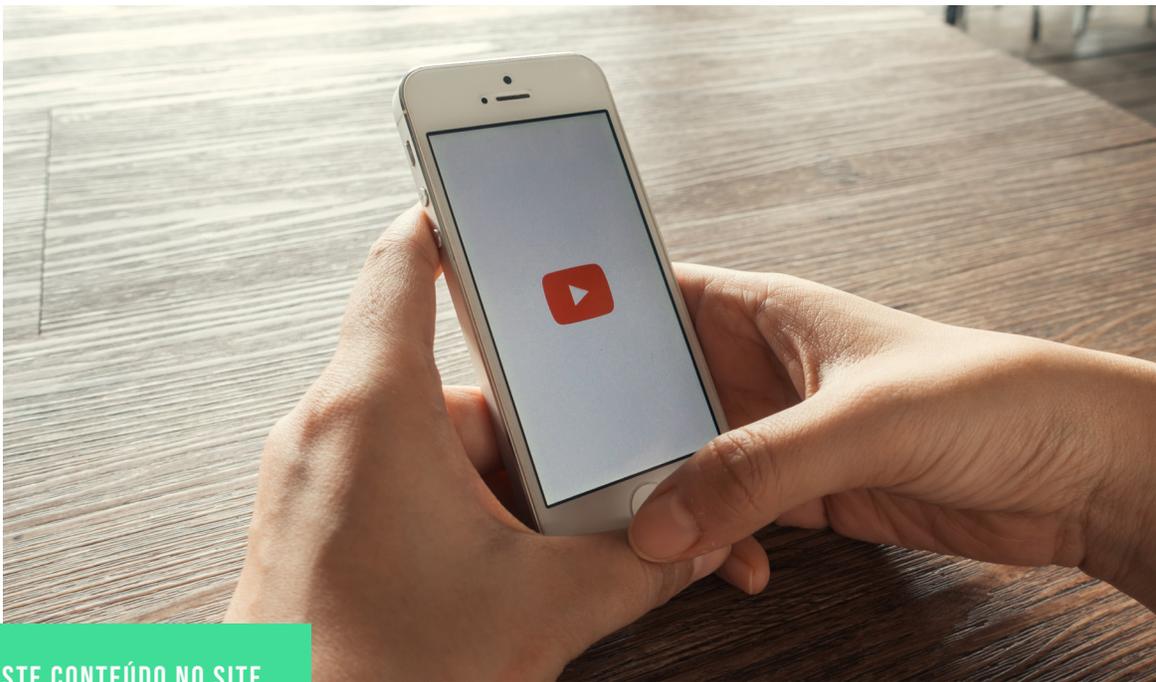


tem compromisso com suas bandeiras políticas. Se tiverem que passar por cima dos fatos, não terão dúvidas. E como o cenário político parece uma grande campanha eleitoral sem fim, essa disputa por corações e mentes não tem trégua.

A sacada genial desses conteúdos falsos amadores é apelar para a ingenuidade. Mas agora que já conhecemos esse novo (e tosco) **fake**, precisamos ter cuidado dobrado com quem se esforça para nos convencer, insistindo que “é verdade esse bilhete”.



3.3 VÍDEO: AS NOVAS FRONTEIRAS DA ENGANANÇA



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Vídeos falsos hiper-realistas que parecem saídos de um estúdio de Hollywood, mas que podem ser feitos por qualquer um em casa. Áudios sem autoria muito clara, ou produzidos por imitadores que simulam muito bem a voz de gente famosa. Perfis falsos de celebridades e jornalistas em redes sociais que enganam muitos fãs desatentos. Esses conteúdos falsos não seguem o formato jornalístico tradicional das **fake news**, e justamente por isso é muito mais fácil ser enganado. Nesse vídeo, mostramos quais são as novas fronteiras da enganação - e o que devemos fazer para não cair nessa.

<https://youtu.be/Sm0w62RK9IM>

3.4

IMPOSTORES, MEMES E IMAGENS FALSAS: O QUE É (E O QUE NÃO É) FAKE NEWS

[VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE](#)

Parece, mas não é: fatos, mentiras, opiniões e conteúdo duvidoso... tudo, menos **fake news!**

As **fake news** originais passaram por muitas mutações. Existem tantos formatos novos de conteúdo falso tentando te enganar, que é fácil se confundir com o que é e o que não é **fake news**. Nem tudo o que é falso é **fake news**... e muita coisa que anda sendo chamada de **fake** não é falsa não.



Fontes / para saber mais

Falamos bastante da obra do venezuelano José Martínez de Toda. Um artigo interessante, disponível em português, é [Avaliação de Metodologias na Educação para os Meios](#), publicado na revista *Comunicação & Educação* nº 21, no ano de 2001.

Dois bons textos discutem o conceito de prosumidor, de Alvin Tofler. São eles: [Prosumidor: o que é isso?](#), no blog *ComuniqueC*, e [Prosumidor: o que é isso e qual sua importância na era digital](#), do site *Transformação Digital*.

[Eichmann em Jerusalém - Um relato sobre a banalidade do mal](#) - Hanna Arendt, *Companhia das Letras*

[Para educar crianças feministas: um manifesto](#) - Chimamanda Ngozi Adichie, *Companhia das Letras*

[Linchamentos - A Justiça Popular no Brasil](#) - José de Souza Martins, Editora Moderna

[UnSpun Finding Facts in a World of Disinformation](#) - Jamieson Brooks e Kathleen Hall, Random

[A afirmação histórica dos direitos humanos](#) - Fábio Konder Comparato, Saraiva

[Página no Facebook do Monitor do Debate Político no Meio Digital](#), mantido pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação Digital da USP: <https://www.facebook.com/monitorododebatepolitico/>

[Página da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas \(FGV-Dapp\)](#): <http://dapp.fgv.br>

[Quer conhecer como as notícias falsas estão afetando o debate eleitoral no mundo todo? Um grupo de pesquisadores da Universidade da Columbia Britânica, no Canadá, publicou um estudo \(em inglês\) bem aprofundado no livro "Digital Threats to democratic elections: how foreign actors use digital techniques to undermine democracy".](#)

Fontes / para saber mais

Quer entender por que é difícil calcular o impacto das notícias falsas na eleição de Donald Trump, nos EUA? Os economistas Hunt Allcott e Matthew Gentzkow fizeram um experimento para avaliar a extensão desse dano no artigo "Social Media and Fake News in the 2016 Election" (em inglês).

Quer saber mais sobre a tentativa de aprovação de lei contra fake news em período eleitoral em 2017, e por que o ex-presidente Temer vetou a proposta? O pesquisador Ivan Paganotti, do Mestrado Profissional em Jornalismo FIAM-FAAM - e um dos criadores do Vaza, Falsiane! - explica essa história no capítulo "Notícias falsas, problemas reais: propostas de intervenção contra noticiários fraudulentos", parte do livro "Pós-tudo e crise da democracia", publicado pelo grupo de pesquisa Obcom-USP.

Quer entender como as notícias falsas são um sintoma (e um reforço) da polarização política no Brasil? Os pesquisadores Márcio Moretto Ribeiro e Pablo Ortellado explicam o fenômeno no artigo "O que são e como lidar com as notícias falsas", na revista Sur.

Quer conhecer mais sobre os conteúdos falsos que inundaram as eleições brasileiras? A BCC compilou os piores momentos dessas eleições. A Agência Lupa destacou as imagens falsas mais compartilhadas por WhatsApp, e a Aos Fatos fez um ranking das notícias falsas mais populares no primeiro turno.

• Quer saber mais sobre deepfakes? Esse artigo da Draft explica de onde eles vieram, e esse especial multimídia do UOL sinaliza para onde eles podem nos levar.

- Quer descobrir como combater esses vídeos falsos? Os pesquisadores David Güera e Edward J. Delp apresentam proposta (em inglês) no artigo "Deepfake Video Detection Using Recurrent Neural Networks" para detectar essas fraudes de forma tão automática quanto elas são criadas



Fontes / para saber mais

- Quer refletir por que motivo as fake news tradicionais erodiram a confiança em instituições tradicionais, como o jornalismo? Esse artigo (em inglês) do pesquisador Ethan Zuckerman, do MIT, explica como regimes autoritários atuais estão retomando uma antiga estratégia soviética de desinformação.

- Quer entender como humor, memes e vídeos bizarros ocuparam o espaço do jornalismo falsificado como forma de enganar? Os pesquisadores Marcio Serelle e Rosana de Lima Soares avaliam a força de convencimento pela autenticidade em conteúdos amadores no artigo "As novas formas do falso: entretenimento, desinformação e política nas redes digitais".

- Percebeu que ao invés de ficarem mais complexos os conteúdos falsos de maior sucesso são justamente os mais toscos? Mas quer saber por que os conteúdos falsos não são mais necessariamente "notícias" falsas? Rodrigo Ratier, professor da Faculdade Cásper Líbero - e um dos criadores do Vaza, Falsiane! - discute nesse artigo por qual motivo "As fake news estão cada vez mais fake e menos news".

- Ainda não compreendeu o perigo de chamar de fake news o que não é? Os pesquisadores Andrew Ross e Damian J. Rivers explicam como o presidente dos EUA utiliza essa estratégia para desacreditar quem critica (ou denuncia) seu governo no artigo (em inglês) "Discursive Deflection: Accusation of 'Fake News' and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump".





VOCÊ TERMINOU A LEITURA DO ÚLTIMO MÓDULO!

Continue desvendando os mistérios da fake news
no site do **Vaza, Falsiane!**

VEJA NOVAMENTE TODAS AS ETAPAS

EXPEDIENTE **Concepção e realização do curso** Ivan Paganotti, Leonardo Sakamoto e Rodrigo Ratier
Design Estúdio Aya **Desenvolvimento web** Líbero+ **Gerente de projeto** Gustavo Heidrich **Roteiro e texto final** Gustavo Martins

APOIO Facebook • Faculdade Cásper Líbero • Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM Centro Universitário •
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo • Repórter Brasil

**VAZA,
FALSIANE!**

CONTEÚDO SOB LICENÇA CREATIVE COMMONS CC-BY.
É LIVRE O USO, CÓPIA E DIVULGAÇÃO DESTES MATERIAIS DESDE QUE CITADA A FONTE.