

FAKE NEWS: A UTILIZAÇÃO DA PÁGINA DO FACEBOOK DO MOVIMENTO BRASIL LIVRE E SUA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS

Diego Portella

Resumo: Este artigo elabora uma análise das postagens do Movimento Brasil Livre no Facebook, com o intuito de compreender os métodos utilizados pelo grupo para disseminar notícias falsas pela rede social. Este trabalho identifica os diferentes meios empregados, como a utilização de fontes específicas, links externos de parceiros do MBL, cores que remetem à uma lembrança, imagens, e qualquer aspecto que auxilia na manipulação da informação e esclarece determinados padrões utilizados pelo Movimento para atingir seu público-alvo com as chamadas “Fake News”. Nesta pesquisa, existe a intenção de poder auxiliar o usuário da internet em ter o discernimento para identificar por si próprio, a veracidade ou não de uma notícia.

Palavras-chave: Fake News. Notícias Falsas. Facebook.

,

1 INTRODUÇÃO

Podemos não nos darmos conta que já faz tanto tempo, mas o Facebook já existe há 14 anos. Criado por Mark Zuckerberg em 2007 e aprimorado durante os anos de existência, a rede social atingiu a incrível marca de 1,94 bilhões de assinantes que a usavam mensalmente (GLOBO, 2017). No Brasil, 45% dos brasileiros utilizam o Facebook mensalmente e o segundo país com mais assinantes no mundo, um recorde para qualquer rede social (FACEBOOK, 2015). De acordo com uma reportagem do G1, os ganhos do Facebook chegaram a US\$ 8,03 bilhões no primeiro trimestre do ano, com 85% de sua receita vinda de investimentos em publicidade. Contudo, em 2018, estes ótimos resultados podem sofrer alterações drásticas após o vazamento de notícias envolvendo o Facebook. Segundo uma análise realizada pelo site BuzzFeed, notícias falsas criadas no Facebook podem ter mudado o resultado final da eleição presidencial americana.



De acordo com o site, as notícias falsas publicadas na rede social despertaram mais atenção que as notícias verdadeiras postadas em sites jornalísticos confiáveis nos últimos três meses da corrida presidencial (VEJA, 2017). Uma notícia que corrobora com a utilização de notícias falsas para o convencimento do eleitor americano, foi a utilização de dados de mais 50 milhões dos usuários do Facebook por uma empresa de marketing contratada pelo atual presidente. Segundo Christopher Wylie, dono da Cambridge Analytica, o empresário utilizou dados do Facebook para manipular a opinião pública e convencer o eleitor americano a votar em Donald Trump (CANALTECH, 2018).

No mês de março de 2018, no Brasil, ocorreu o assassinato da vereadora do Psol, Marielle Franco. E quase como que instantaneamente, notícias falsas de posicionamentos políticos contrários aos quais Marielle defendia, começaram a ser disseminadas em blogs e por meio de páginas no Facebook (EL PAÍS, 2018). O deputado Alberto Fraga, do DEM, também foi um dos responsáveis pela viralização de notícias falsas envolvendo a vereadora, motivo que levou o Conselho de Ética a instaurar um processo para investigar as atitudes do deputado (ESTADÃO, 2018). Segundo uma pesquisa realizada pela Universidade Federal do Espírito Santo e divulgada pelo jornal O Globo, a notícia mais compartilhada na internet sobre a morte de Marielle Franco, era uma notícia falsa comprovada (PRAGMATISMO POLÍTICO, 2018).

Entre as investigações sobre o Fake News de Marielle, o Jornal o Globo conseguiu descobrir uma conexão entre o Movimento Brasil Livre e o site que disseminou a notícia pela rede e, conseqüentemente, atingiu a viralização entre os usuários do Facebook. (O GLOBO, 2018). Diante da utilização da Facebook para tais fins, este projeto visa analisar os motivos que favorecem os viralizadores de notícias falsas a ter êxito na divulgação de suas postagens na rede social. No caso, especificamente, o MBL de manipular e dar veracidade às notícias falsas criadas pelo grupo e viabilizadas entre seus seguidores.

A criação, divulgação e compartilhamento de notícias falsas nas redes sociais, não é nenhuma novidade nos tempos atuais. Contudo, os meios utilizados para ludibriar o usuário, se renova e torna-se ponto importante de discernimento da população. Este artigo realiza uma análise de postagens do Movimento Brasil Livre no Facebook com o intuito de identificar os métodos utilizados pelo grupo para disseminar notícias falsas. O Objetivo deste projeto é analisar como e por que a disseminação de notícias falsas do Movimento Brasil Livre ocorre com maior facilidade por meio de sua página no



Facebook. A metodologia utilizada nesta pesquisa tem um viés puro e básico com o intuito de gerar conhecimento e produzir material científico sobre o tema. A pesquisa básica está pautada no enquadramento de teorias mais antigas, para o desenvolvimento e implantação de teorias mais novas sobre o assunto. A pesquisa pura busca melhorar o conhecimento, com isso, contribuir, compreender e explicar fenômenos. O tipo de pesquisa determinado para este trabalho é o da Pesquisa Empírica. Este trabalho, por via de estudo de caso, utilizará postagens produzidas pelo Movimento Brasil Livre – que faz o uso da prática de gerar conteúdo falso – para identificar métodos utilizados, motivos e como o indivíduo é manipulado por esse produtor. Foi realizado um levantamento bibliográfico e documental para aprofundar e embasar todo o trabalho. A coleta das 10 postagens da página do Facebook, nos remete à uma pesquisa documental, pois não teve qualquer análise ou filtragem à priori.

Podemos compreender com os resultados das análises das postagens, que o MBL se utiliza de vários mecanismos para influenciar seu público. Isto vai desde cores e fontes propositalmente definidas, textos em que determinam um alvo e o pintam como inimigo número um do Brasil, e até a utilização de sites parceiros para fundamentar suas próprias postagens. Em conclusão ao trabalho, o MBL mal trabalha com fontes confiáveis, suas postagens são de cunho opinativo e quase nunca suas opiniões são pautadas pelo bom senso. O Movimento trabalha com a emoção de seu eleitor sem se preocupar em falar ou não a verdade. A veracidade dos fatos não importa, o fator principal é engajar seu público, comovê-lo, gerar raiva e indignação contra seus inimigos declarados. E logicamente, poder encaminhar a opinião do usuário que segue sua página, a um pensamento muito aproximado do seu.

Na continuação deste projeto, será percorrido um pouco sobre o surgimento das notícias falsas no mundo, sobre como funciona o Facebook a cerca das notícias, e também será apresentado o resultado das análises das 10 postagens – aleatoriamente selecionadas – do Facebook do Movimento Brasil Livre. Ao final do trabalho, será apresentado a conclusão alcançada perante a este trabalho.



2 FAKE NEWS

Recentes notícias envolvendo o Facebook, notícias falsas e o vazamento de dados de 87 milhões de usuários vem gerando debate sobre as normas de privacidade do Facebook e como a própria rede facilita a disseminação de notícias sem qualquer veracidade. Mark Zuckerberg, em depoimento no Congresso dos EUA, mudou seu discurso atual e, o que antes refutava, assumiu seus erros pedindo desculpas publicamente (UOL NOTÍCIAS, 2018). Como o assunto é atual, nos remete a pensar que começou há pouco tempo e que estamos vivenciando um fenômeno novo. Contudo, historiadores discordam desta premissa

2.1 Fake News e seu surgimento

O historiador Robert Darnton, autor do livro "O Diabo na Água Benta", obra que fala sobre injúrias, calúnias e difamações, se diz surpreso pela atual repercussão de notícias falsas. Segundo Robert, elas acontecem desde o século 6: "Temos esse hábito irritante de dizer ao mundo que o que as pessoas veem hoje como novidade sempre existiu", frisou (FOLHA, 2018). Robert relata que Procópio foi um historiador bizantino do século 6 muito famoso que relatava histórias do império Justiniano. Contudo, ele também escreveu um livro intitulado "Anekdotia", que disseminava diversas notícias falsas sobre o imperador Justiniano. Procópio obteve êxito em acabar com a reputação do imperador após o sucesso de seu livro.

Em entrevista divulgada pela Folha de São Paulo, o historiador ainda reitera que o principal responsável pelo início da difusão de notícias falsas foi o jornalista Pietro Aretino (1492-1556), que escrevia poemas curtos e sonetos e os colavam em uma estátua. Ele ficou famoso por difamar e caçoar de cardeais candidatos a virar Papa. Os poemas eram de cunho humorístico e serviam para gerar entretenimento à população.



2.2 Mecanismo do Feed de Notícias do Facebook

Levando em consideração que as notícias falsas não começaram apenas neste século, e sim se tornou um hábito cultural da humanidade, compreender o modo como se perpetuam no Facebook é no mínimo importante. A maneira que o usuário recebe a informação no Facebook é dividida por dois mecanismos: pelo Ticker e pelo Feed de Notícias (COUTINHO, 2014). No Ticker, o usuário consegue acompanhar várias ações, mesmo que a rede social não a considera tão relevante, como likes em publicações, comentários de amigos em páginas e perfis. Já no feed de notícias, a informação é filtrada e rigorosamente selecionada pelo “Algoritmo do Feed da Notícias”. Este algoritmo, chamado de “Ranking”. O vice-presidente de *product management* da rede social, Adam Mosseri, exemplifica da seguinte maneira:

Digamos que eu esteja esperando pela minha esposa em um restaurante e que ela esteja atrasada. Ela me manda uma mensagem pedindo para fazer o pedido. Nesse momento, tenho um problema para resolver. Preciso decidir qual comida peço para ela. E esse problema pode ser dividido em etapas. (CUSTÓDIO, 2017, pg. 1)

Estas etapas são divididas em 3, são elas:

- 1- **Inventário:** Seguindo o exemplo do *vice-presidente de product management* do Facebook, o cardápio são as histórias de páginas, amigos, família que o usuário segue, porém não ainda não visualizou.
- 2- **Sinais:** são informações disponíveis para tomar decisões. O tempo da publicação, quem a publicou, a velocidade de sua conexão e o modelo de celular que foi usado para a postagem.
- 3- **Predições:** Nesta última etapa, o Facebook utiliza os sinais para fazer tentar adivinhar que tipo de conteúdo é mais interessante para determinado usuário. As publicações são classificadas por nota a cada engajamento do perfil e ordenadas de acordo com estas pontuações. Basicamente, o usuário recebe do mais interessante para o menos interessante a partir do que o Facebook considera mais relevante para o usuário.

Compreendendo o funcionamento, percebemos que quando nos engajamos em determinado assunto, o Facebook identifica o interesse e recomenda outras publicações similares aquela. Por exemplo: se o usuário curtir, comentar ou compartilhar posts específicos sobre futebol, a tendência é que a rede social em questão, identifique esta variável e indique outras publicações que tenham correlação às engajadas.



2.3 Por que notícias falsas são criadas?

Em nenhuma época de nossa história, o indivíduo teve acesso a tanta informação como nos dias atuais. A democratização da informação e a evolução da tecnologia auxiliam na disseminação de notícias quase que em tempo real pelos meios de comunicação. Na internet, esta viralização acompanha a velocidade dos meios tradicionais, contudo, não existem acionistas majoritários e minoritários da informação na web. Segundo o jornal The Telegraph, a produção de notícias falsas ocorre por 5 motivos: intuito de ludibriar o leitor; uma tomada de partido que leva a uma mentira; por algum objetivo não exposto ao público, sempre influenciado por interesses próprios; propagação sem propósito de fatos inverídicos ou apenas por entretenimento, fazer humor. (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2018). Propositalmente criada pelo autor ou não, as notícias falsas concebem uma falsa verdade ao público atingido, sendo uma verdade fragmentada ou mentira por completo. Entretanto, agentes inseridos no meio da comunicação acreditam que a criação de notícias falsas não parte de uma base ideológica ou política. Na publicação UNO, o presidente do Grupo Editorial El Siglo & La Estrella do Panamá, Eduardo A. Quirós, afirma que a produção de notícias falsas é por base crematística, ou seja, pela busca incessante de produção sem ter preocupação com as consequências. “Vale ter em conta que a maioria das notícias falsas não têm nenhuma gênese ideológica, política ou proselitista. Depois, que a sua distribuição é outra questão, mas sua origem é principalmente crematística”. (LLORENTE & CUENCA, 2017, p. 37).



Fake News voltou a ganhar notoriedade nos últimos anos, segundo Fábio Zanini, Editor da Folha de S. Paulo, por dois aspectos: a democratização existente da informação nas redes sociais e a polarização política em todo o mundo. A democratização, apesar de ser também um aspecto positivo, pois auxilia com a entrega de conhecimento a qualquer indivíduo independentemente de seu status social, financeiro, religioso ou político, também contribui diretamente para a propagação e perpetuação do fake news. O motivo é simples: nível baixo de educação. As sociedades continuam sem oferecer ferramentas educacionais de qualidade, que ajudem a população no discernimento do falso e do verdadeiro (LLORENTE & CUENCA, 2017, p. 35). De acordo com o Diretor de comunicação da plataforma Change.org na Espanha, Albert Medrán, o nosso nível de leitura é baixíssimo, com programas educacionais sofrendo cortes seguidos de verba. Albert frisa: “Se não nos educamos, somos vulneráveis às mentiras. Podemos ser alfabetizados, mas seremos ignorantes. As condições perfeitas para que o vírus da mentira se propague”. O outro fator que corrobora para o fortalecimento das notícias falsas na internet, é a ascensão da polarização política. A escolha de um lado para defender, apoiar, transformando a política em um verdadeiro embate futebolístico, auxilia para que o usuário consuma mais notícias que simpatizem com sua ideologia. Consequentemente, informações contrárias à bandeira que o indivíduo mantém em riste, são automaticamente ignoradas e descartadas. Segundo Llorente & Cuenca, “A polarização e a incapacidade de escutar o ponto de vista do outro, levam a um estado em que a opinião pública não se forma, mas se deforma” (2017, p.36).

Os componentes emocionais do usuário afetam a compreensão do mesmo partindo do instante que ele está inserido nesta polarização política. As verdades universais são descartadas e, mesmo com uma clara evidência sobre o verdadeiro, a objetividade ainda é negada (LLORENTE & CUENCA, 2017, p. 39). Eduardo A. Quirós afirma que, como indivíduos, já temos pouco tempo e espaço para o discernimento sobre as influências que estas novas perspectivas nos trazem, subsequentemente, esta realidade é ainda mais prejudicada em nossa sociedade. “Como é difícil, enquanto coletividade, refletir sobre o que racionalmente tem sentido diante dos componentes emocionais que uma imagem ou um meme, não apenas valem mais que mil palavras, mas tornam impossível que se produza argumentos ou que venham a lê-los antes que uma “opinião geral” já esteja formada.” (LLORENTE & CUENCA, 2017, p. 36).



3 ANÁLISE DAS POSTAGENS DO MOVIMENTO BRASIL LIVRE

Esta coleta de dados busca compreender por meio de análise o método que o Movimento Brasil Livre utiliza para criar suas postagens e consequentemente inserir suas opiniões ideológicas e políticas. A compreensão do *modus operandi* do MBL, auxiliará na identificação do processo que a página usa para criar notícias falsas e disseminar seu conteúdo fictício para o respectivo público-alvo.

Utilizando *printscreens* retiradas da página do Facebook do Movimento Brasil Livre, ao todo, 10 imagens foram selecionadas aleatoriamente durante as últimas 3 semanas, entre os meses de maio e junho de 2018, para uma futura análise.

Para haver um padrão em todas as análises dos *printscreens*, serão adotados os seguintes critérios:

- a) Analisar a composição da imagem (cores utilizadas, personagens).
- b) Fonte utilizada na imagem (cores, com ou sem serifa, negrito ou itálico).
- c) Mensagem utilizada tanto na descrição da postagem no Facebook, quanto na sentença transmitida na imagem.
- d) Utilização ou não de blogs ou links externos que remetem a um clique subsequente à leitura da postagem.

Imagem 1



Figura 1 - Fonte: Facebook 2018

- A imagem 1 é composta por uma parte retirada do blog “O Reacionário” com uma imagem editada que ilustra os eleitores do partido Psol e algum movimento LGBT que aparece a bandeira de Israel. Esta imagem também vem do blog em questão.
- Nesta imagem, não foi utilizada nenhuma edição com fonte ou cor diferente da fonte padrão do Facebook.
- De acordo com a mensagem transmitida, o MBL fala sobre a preferência do Psol em modelos de países como Cuba, Venezuela e Coréia do Norte e refutar países como Israel. Ou seja, que o partido só defende países com ideologia socialista. No contexto geral, o texto do blog critica a oposição do Psol ao estado de Israel e cita que Israel é o único país do oriente médio que defende os direitos dos homossexuais, bandeira defendida pelo partido do Psol.

- d) Alguns links são colocados na postagem. Entre eles, um link que remete a contribuição dos adeptos ao MBL, o link que redireciona para o blog “O Reacionário” e um último link que remete a um pacote anticrime do MBL.

Análise: A postagem e a mensagem transmitida pelo MBL, se baseia apenas em um texto de opinião, sem qualquer fonte que traga veracidade às afirmações impostas no blog e na postagem no Facebook. As afirmações que o partido Psol só defende e segue modelos de países socialistas, por conveniência, é fácil associar pela ideologia do próprio partido. No entanto, não existe qualquer referência que estruture essa afirmação. Nesta postagem, o MBL se baseia apenas em um texto de opinião escrito por um autor associado ao próprio MBL (Eric Balbinus).

Imagem 2

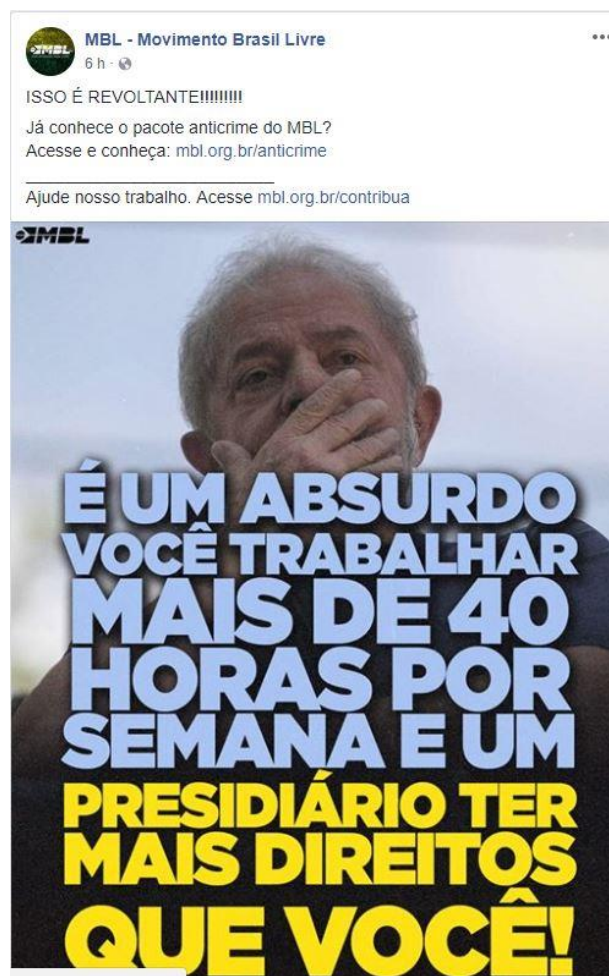


Figura 2 - Fonte: Facebook 2018



- a) A Imagem 2 é composta por uma imagem do ex-presidente Lula, com a mão na boca, com uma expressão de assustado, com um texto sobreposto à figura nas cores azul e amarela. Na descrição da postagem, apenas um comentário sobre a postagem.
- b) Na montagem, fonte sem serifa, negrito e em caixa alto, utilizando as cores azul claro e amarelo em seu interior.
- c) A mensagem repassada pelo Movimento é sobre a indignação do MBL em relação a maioria dos brasileiros trabalhar mais de 40 horas por semana e ainda terem menos direitos que um presidiário. Na descrição, o MBL reforça a revolta com os direitos que os presidiários (ou mais precisamente o ex-presidente Lula) teriam. A mensagem tem cunho opinativo, nada factual.
- d) Os links das postagens são os mesmos que o da imagem 1, um para contribuir como movimento e outro para conhecer o pacote anticrime do MBL.

Análise: A postagem traz e provoca indignação a quem lê, esse é o grande objetivo da postagem. O MBL provoca este sentimento em seu público. Vale ressaltar as cores utilizadas na fonte: azul e amarelo. Coincidentemente (ou não) são as cores do partido PSDB, opositor declarado ao partido do ex-presidente Lula. O partido e o MBL têm união declarada, ou seja, a escolha das cores tende a não ser mera coincidência. Remete ao leitor se indignar com Lula e, ao mesmo tempo, lembrar do partido aliado ao MBL, o PSDB. Em relação a mensagem, obviamente por Lula ter sido ex-presidente do Brasil, tem direito a uma cela especial mesmo sem ter concluído qualquer curso superior. Este direito é possível devido ao título *Doutor honoris causa*, que o ex-presidente recebeu enquanto estava no cargo. MBL não só questiona este possível direito, como a própria constituição. Entretanto, a afirmação sobre o presidiário em questão ter mais direitos que o próprio trabalhador é no mínimo contraditória. O Movimento Brasil Livre apoiou a reforma trabalhista que foi realizada neste ano de 2017. Ou seja, criticar a falta de direitos do trabalhador, sendo que o próprio MBL apoiou a retirada de diversos direitos trabalhistas neste último ano, é uma posição no mínimo contraditória.

Imagem 3



Figura 3 - Fonte: Facebook 2018

- A imagem 3 é composta por uma montagem de políticos de partidos de esquerda, sobreposta de um texto que acusa os mesmos (alguns deles presidenciáveis) de realizar um complô para conceder indulto a Lula caso algum deles seja eleito presidente do Brasil. Na descrição, o MBL reforça a mensagem na montagem e acusa o PT de organizar uma coligação para soltar Lula caso algum dos presidenciáveis da esquerda ganhar as eleições deste ano. Entre os p
- A fonte da montagem está em caixa alta, a palavra “Absurdo” e a sentença “Não vote em bandido” estão em vermelho. O resto está em branco.
- A mensagem traz alarde ao seu público sobre a uma suposta aliança que tiraria Lula da prisão caso qualquer partido de esquerda ganhasse a eleição de 2018. O



MBL ataca a esquerda e impera a narrativa que seu público não deve votar na esquerda, pois a esquerda defende bandido. Soa como uma ordem a todos que acompanham a fanpage para não votarem em qualquer político de esquerda. A imagem retrata e reforça todos os políticos que o público do MBL não deverá votar, mostrando Ciro Gomes, Gleisi Hoffmann, Manuela D'Ávila e Guilherme Boulos.

- d) Os links são os mesmos de outras imagens, um de colaboração ao movimento e outro para conhecer o pacote anticrime do MBL.

Análise: Sem citar qualquer fonte ou método que faça com que a postagem tenha veracidade, o MBL basicamente ataca os partidos de esquerda e, conseqüentemente, seus presidenciáveis. As cores utilizadas no texto (Branco e vermelho), remete ao PT, partido evidentemente criticado na legenda da postagem. Vale ressaltar que a palavra “Absurdo” em vermelho e a frase “Não vote em quem livra bandido!” estão em vermelho. Isto causa o intuito de alertar, avisar ou até impor ao seu público sobre o que se indignar, o que deve fazer ou não. O texto em branco remete a informação, a repassar a notícias (por mais que não exista uma fonte que comprove realmente esta coligação). A mensagem é sobre uma possível aliança, contudo o motivo se torna claro com a última frase: Não é para votar em partidos de esquerda, principalmente nestes que aparecem na imagem. A postagem traz consigo cunho manipulador para influenciar seus seguidores na hora de escolher o próximo presidente da república. No geral, os que aparecem na imagem não são aliados do MBL e eles não querem que o eleitor vote em nenhum deles.

Imagem 4



Figura 4 - Fonte: Facebook 2018

- a) Nesta imagem 4, a montagem é composta por uma expressão preocupada de Fernando Pimentel (PT), atual governador de Minas Gerais, em um fundo preto, com a adição de um texto que informa sobre a arrecadação de dinheiro do governador para custear sua campanha. A descrição da legenda, cita a falta de dinheiro governador.



- b) As fontes sempre todas em caixa alta e as cores utilizadas são novamente, branco e vermelho. Com a frase, “Será que a corrupção parou de dar dinheiro?”, em vermelho.
- c) A mensagem informa sobre a possível arrecadação de verba para sua campanha em 2018 e, em tom irônico e acusativo, pergunta se a corrupção do governador petista não está dando mais dinheiro. Na descrição, a mensagem transmitida é sobre o caso do jatinho
- d) O link informado é leva a uma matéria do Estadão que informa a delação premiada da marqueteira do PT sobre o jatinho cheio de dinheiro que Fernando Pimentel supostamente viajou. Segue o link: <https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/pimentel-viajou-em-jatinho-com-r-800-mil-para-marqueteiros-diz-delatora>. Provavelmente, o link de colaboração e sobre o pacote anticrime do MBL são links padrões que estão em todas as postagens.

Análise: A postagem elege como seu alvo o governador de Minas Gerais, Fernando Pimentel (PT). MBL informa seu público sobre a arrecadação de Pimentel para sua campanha. Até então, nenhum problema sobre este fato. Afinal, é usual políticos arrecadarem verba para suas custosas campanhas. É importante citar o fundo totalmente preto que o governador foi colocado. Isto traz a impressão de solidão, faz com que pareça que Pimentel está sozinho em sua empreitada. Com o destaque em vermelho da frase: “Será que a corrupção parou de dar dinheiro?”, o MBL incita seu público acusando Fernando Pimentel de ser um político corrupto, atacando assim, sua imagem e também a do Partido dos Trabalhadores. Pesquisando sobre o caso do jatinho, a ex-marqueteira do PT realiza uma delação premiada e cita o caso durante o processo. Entretanto, não existe qualquer prova que isto realmente aconteceu, apenas a testemunha de uma pessoa que fez um acordo para amenizar sua pena de acordo com quem ela delata.

Em tom antagônico, o MBL pinta o governador do PT como mais um corrupto do partido que seu público deve evitar. Próximo às eleições de 2018, a postagem se torna conveniente para fazer com que o governador perca algumas centenas de votos em sua candidatura.

Imagem 5



Figura 5 - Fonte: Facebook 2018

- Na imagem 5 é composta apenas pela descrição da postagem, e um link que leva a uma matéria no site Sul Connection. Nesta matéria, é exibida uma imagem de Rodrigo Maia e fala sobre um pacto proposto pelo presidente da Câmara com todos os presidentiáveis sobre a reforma da previdência independentemente quem ganhar as eleições.
- Não foi utilizado nenhuma fonte ou montagem nesta postagem.
- A mensagem traz a informação sobre a preocupação em aprovar a reforma da previdência. MBL apoia a aprovação da reforma e reforça seu posicionamento na descrição da postagem. No link, a informação: Rodrigo Maia busca a aprovação deste projeto a qualquer custo.



- d) O link leva ao site da Sul Connection e conseqüentemente à matéria em questão.

Análise: Esta postagem, apesar de não existir uma montagem demonizando algum possível inimigo do MBL, transmite exatamente lado que o movimento escolhe para estar. Tanto na legenda, quanto na notícia, o objetivo é um só: aprovar a reforma da previdência a todo custo. Com a frase na legenda, “Não dá mais para adiar o problema da reforma. A reforma é urgente”, o papel do MBL é convencer a população que esta reforma, que retira ou no mínimo dificulta a aposentadoria do brasileiro, é importante. Isto ocorre para quando o projeto entrar em pauta, o trabalhador aceitar de bom modo a mudança que certamente será prejudicial a ele. Se o apoio do MBL à reforma da previdência é por convicção ideológica ou por apoio político a determinado partido, é difícil saber. Contudo, a intenção em fazer com que seu público aceite esta imposição do governo, sem reclamar, é evidente neste caso.

Imagem 6



Figura 6 - Fonte: Facebook 2018

- Na imagem 6 é composta por uma figura do ministro do STF, Gilmar Mendes, com um texto que questiona a distribuição de Habeas Corpus para bandidos. Na legenda, apenas uma pergunta: “Até quando?”
- O texto utilizado na imagem está em caixa alta e nas cores azul e branco. E ocupada metade da montagem.
- A mensagem transmitida aborda a indignação que a população deveria ter sobre a quantidade de Habeas Corpus liberados por Gilmar Mendes a



criminosos. Na legenda, apenas um reforço à imagem. Até quando aceitaremos essa situação e as atitudes de Gilmar Mendes?

- d) Não consta nenhum link na postagem. Na imagem, existe o endereço para o usuário que quiser entrar e colaborar com o movimento.

Análise: A postagem do MBL aponta uma questão que vale a pena refletir: como Gilmar Mendes sempre está envolvido e liberando habeas Corpus para tanto político ou personalidade envolvida em corrupção? Em breve pesquisa, no site “A Hora do Povo”, foi verificado que Gilmar Mendes já soltou 20 indivíduos investigados por corrupção apenas em 2018. A expressão no rosto de Gilmar Mendes é condizente com a postagem, uma expressão de deboche, quase que sem se importar com o que os outros pensam de suas atitudes. A mensagem do MBL trata com indignação as atitudes de Gilmar Mendes. Entretanto, no âmbito jurídico, ele age por dentro da lei (ou a contorna muito bem).

Imagem 7



Figura 7 - Fonte: Facebook 2018

- A imagem 7 é composta por uma montagem em três partes. Na primeira, uma ilustração da urna eletrônica. Na segunda, uma imagem panorâmica da Câmara dos Deputados. E na terceira, os ministros do STF em reunião. No texto, o MBL fala sobre o resumo da votação para a volta do voto impresso. Na legenda, a Fanpage fala sobre a atitude do STF em relação a votação do legislativo.
- Fonte em caixa alta, fina e nas cores preto e branco.
- A mensagem da montagem é como o STF acabou com qualquer possibilidade da volta do voto impresso, mesmo com votação favorável do legislativo. O



MBL faz um breve resumo de como ocorreu o trâmite do projeto, e como o STF barrou a continuidade do mesmo.

- d) Não há nenhum link na imagem na postagem. Na imagem, existe o contato do MBL no rodapé.

Análise: Nesta postagem, o MBL faz um breve resumo de como ocorreu a votação do projeto que habilitava a volta do voto impresso nas eleições. Ao todo, 400 deputados votaram positivamente ao projeto, porém, o STF barrou a decisão e é duramente criticado pelo Movimento. Verificando o motivo que o STF barrou o projeto, já que o MBL não informa na postagem, o Supremo apenas suspendeu a decisão para esta eleição de 2018. O motivo pela suspensão realizada pela ministra Raquel Dodge é que o projeto poderia dar margem à quebra de sigilo de voto. O TSE também teria que desembolsar 2 bilhões de reais para que o voto impresso ocorresse ainda nesta eleição de 2018. Segundo o Globo (2018), apenas 5% dos votos nas urnas eletrônicas, serão impressos.

O MBL ataca o posicionamento do STF como se tivesse acabado com o projeto, mas foi apenas uma suspensão. Quem não busca a informação na íntegra, fica com a impressão que o STF não quer que o projeto seja aprovado., contudo, é apenas sensacionalismo do Movimento Brasil Livre.

Fonte: <https://oglobo.globo.com/brasil/stf-derruba-voto-impresso-nas-eleicoes-de-outubro-22752343>

Imagem 8



Figura 8 - Fonte: Facebook 2018

- A imagem 8 fala sobre uma nova denúncia do MPF que abrange mais de 60 nomes na operação. Na descrição, apenas uma *Call-to-Action* para o leitor entrar no site e ler a notícia. A imagem que aparece é a do ex-governador do Rio, Sérgio Cabral, que aparece na lista de denunciados. Esta foto está dentro do site em anexado à postagem.
- Nenhuma fonte específica foi utilizada.
- A mensagem é simples e clara: MPF denuncia mais de 60 nomes e Sérgio Cabral, como já aparece na imagem, está entre eles. Na descrição, o MBL pede para que o usuário entre no site e veja a lista de nomes.
- O único link em questão é do site MBL News, site do próprio MBL.

Análise: A postagem na fanpage do Movimento fala sobre os mais de 60 nomes denunciados pela MPF em nova operação. Na foto em destaque, aparece o ex-governador do RJ, Sérgio Cabral. A publicação não consta qualquer montagem e apesar de ser

ilustrada pela imagem do ex-governador, parece não determinar qualquer alvo como em outras postagens já foi realizado pelo Movimento. Na descrição, o MBL tem a intenção apenas de gerar visitas em seu site e fazer com que seu público do Facebook entre e leia a notícia.

Imagem 9



Figura 9 - Fonte: Facebook 2018

- a) A postagem 9 é composta por uma imagem que ilustra a bancada do STF, com uma frase: Nojo STF. Na legenda, o MBL explica o motivo pelo ataque.
- b) A fonte utilizada está em tamanho grande, caixa alta, negrito e foram utilizadas duas cores, o branco e o amarelo.



- c) A mensagem transmitida ataca o STF. Com a legenda fica fácil entender o motivo do ataque. Apoiadores do retorno do voto impresso, o projeto foi barrado pelo STF e o MBL se mostra indignado pelo fato.
- d) Link de colaboração no rodapé da imagem.

Análise: Nesta publicação, o ataque do MBL ao Supremo Tribunal Federal continua devido a suspensão do voto impresso. O MBL, com uma fonte bem grande, deixou bem evidente o tamanho de seu asco pela decisão do STF. Na descrição, a página apenas reforça o motivo para tanto nojo. “O STF acabou com o voto impresso” traz um peso de uma frase apocalíptica, para algo que apenas foi suspenso. O MBL tende a aumentar, ter uma posição sensacionalista aos fatos. Para esta posição, omite informações, como escondeu sobre a suspensão do voto impresso. Reiterando: o voto impresso foi suspenso, não simplesmente barrado.

Imagem 10



Figura 10 - Fonte: Facebook 2018

- A postagem 10 é montada pelo cantor Caetano Veloso em alguma apresentação, um fundo totalmente preto e uma mensagem que sugere um possível corte de verba advinda da Lei Rouanet.
- A fonte está em caixa alta, variando entre mais fina e mais grossa e nas cores amarelo e branco.
- A mensagem trazida na postagem fala sobre o fato do governo não cortar impostos por não ter de onde cortar. O MBL sugere abaixo cortar gastos com a lei Rouanet. A ilustração de Caetano Veloso se dá por já ter sido acusado de receber regalias pela lei Rouanet.
- Na imagem tem o link de colaboração do MBL e o link que leva ao conhecimento do pacote anticrime do Movimento Brasil Livre.



Análise: Na imagem 10 o Movimento Brasil Livre questiona a falta de opções do governo para cortar gastos. Com o apoio à política de Estado mínimo, o MBL acredita que deveriam ser menos impostos para a população brasileiro. E como uma solução à falta de opções do governo, o Movimento sugere o corte de gastos da Lei Rouanet. A imagem ilustra Caetano Veloso, que apesar de não ter qualquer prova sobre o cantor de ter usado ilicitamente alguma verba da Lei, é apontado pelo MBL como um dos que se beneficiam do incentivo. Caetano Veloso tem posicionamento político transparente e sempre o defende abertamente. Petista fervoroso, o cantor sempre é alvo do Movimento Brasil Livre, que na postagem deixa a entender que recebe benefícios que não deveria receber. Por mais que não seja uma publicação destinada a um partido adversário, o MBL encontra uma maneira de atacar o PT.

4 CONCLUSÕES

Após a análise de todas as postagens selecionadas neste projeto e a reflexão e identificação dos padrões utilizados pelo MBL, chegamos a algumas conclusões que serão apresentadas neste tópico.

A utilização do Facebook pelo MBL, parece ter um peso maior que até mesmo os links que suas notícias são postadas. O cuidado que tratam a imagem, a fonte escolhida e as cores utilizadas, é digno de elogio, ao contrário dos links externos utilizados para fundamentar suas ideias, que não recebe o mesmo tratamento. Dificilmente o Movimento, ou melhor, os administradores da página do grupo, utilizam uma montagem, uma cor ou uma frase que não seja condizente com seu propósito. O modo de agir em suas postagens é nítido: atacando o adversário.

Não é necessária uma grande pesquisa ou uma profunda análise, para compreender que o MBL é ativamente contra o Partido dos Trabalhadores e qualquer pessoa que tenha conexão com o partido. Logicamente eles são uma coligação com posicionamento de direita, e claro, que são contra a todos os partidos contrários ao seu viés político e ideológico. Entretanto, o PT tem uma atenção especial do grupo. Em 10 postagens, 4 delas tem relação a pessoas diretamente ligadas ao PT, seja o governador de Minas,



Fernando Pimentel, a senadora do Paraná, Gleisi Hoffmann, ou até mesmo o cantor e compositor, Caetano Veloso. O MBL tende a escolher seu alvo e antagonizar para seus eleitores. Contudo, é percebemos que determinados partidos nem são citados pelo grupo, isto pode indicar um possível direcionamento e controle nas postagens. Aliás, até existem defesas de projetos realizados por alguns deles. Por exemplo, o pacto do presidente da Câmara, Rodrigo Maia, com outros presidenciaíveis para aprovar a reforma da previdência. O grupo defende a ideia e tenta convencer seu público que é um projeto muito bom e importante para o Brasil.

Geralmente em seus ataques aos seus declarados inimigos, o grupo utiliza letras grandes e garrafais com cores vermelhas. A utilização desses dois pontos reforça a ideia de uma agressão, indignação, um ataque ao indivíduo escolhido. Outras vezes, o Movimento utiliza cores azul e amarelo, que podem remeter a lembrança de partidos que não sofrem ataques do grupo, vide PSDB. Um ponto importante que vale ressaltar é a falta de comprometimento com a veracidade dos fatos do grupo. O MBL geralmente não utiliza fontes confiáveis, e para fundamentar suas ideias – quando se dão o trabalho de utilizar – são usados sites pouco confiáveis ou textos opinativos de blogs. O importante não é transmitir a informação correta das notícias para seu leitor, mas o aspecto crucial é mexer com o emocional de seu usuário. Antagonizar o inimigo, diminuí-lo para seus leitores e criar uma imagem de que eles são detentores da única solução para o Brasil, é o fator de maior preponderância do Movimento Brasil Livre.



REFERÊNCIAS

- BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M. **A arte da pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BRITO, Sabrina. **O impacto das fake news no dia a dia do jornalismo**. Observatório da Imprensa, 2017. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/pos-verdade/o-impacto-das-fake-news-no-dia-dia-do-jornalismo/>. Acesso em: 09 de abril de 2018.
- CARIELLO, Gabriel e GRILLO Marco. **E-mail reforça elo do MBL com site que amplificou 'fake news' contra Marielle**. Jornal O Globo, 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/e-mail-reforca-elo-do-mbl-com-site-que-amplificou-fake-news-contramarielle-22520708>. Acesso em 24 de julho de 2018.
- COUTINHO, Virgínia. **The Social Book**. Actual Editora, Coimbra, Portugal, 2014.
- CUSTÓDIO, Mônica. **Como funciona o algoritmo do Facebook, segundo o Facebook**. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/algoritmo-facebook/>. Acesso em: 7 de abril de 2018.
- DEMARTINI, Felipe. **Campanha de Trump usou dados de 50 milhões de usuários do Facebook**. Site CanalTech, 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/campanha-de-trump-usou-dados-de-50-milhoes-de-usuarios-do-facebook-110156/>. Acesso em: 10 de abril de 2018.
- ENAGO ACADEMY. **Pesquisa Teórica vs. Pesquisa Empírica**. Disponível em: <http://www.enago.com.br/blog/pesquisa-teorica-vs-pesquisa-empirica/>. Acesso em: 13 de abril de 2018.
- FACEBOOK. **45% da população brasileira acessa o Facebook mensalmente**. Facebook, 2015. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/business/news/BR-45-da-populacao-brasileira-acessa-o-Facebook-pelo-menos-uma-vez-ao-mes>. Acesso em: 10 de abril de 2018.
- FERRARI, Trujillo. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Editora Kennedy, Rio de Janeiro, 1974.
- LLORENTE & CUENCA. UNO, **A era da pós verdade: realidade versus percepção**. Desenvolvendo Ideias, São Paulo, 2017.
- MENDONÇA, Heloísa. **MBL e deputado propagam mentiras contra Marielle Franco em campanha difamatória**. El País, 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/17/politica/1521318452_688519.html. Acesso em: 10 de abril de 2018.
- MEKSENAS, Paulo. **Pesquisa Social e Ação Pedagógica: conceitos, métodos e práticas**. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- MONOGRAFIAS BRASIL ESCOLA. **Coleta Bibliográfica e Coleta Documental**. Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/coleta-bibliografica-coleta-documental.htm>. Acesso em: 12 de abril de 2018.



PERON, Isadora. **Conselho de Ética instaura processo contra Fraga por fake news sobre Marielle.** Jornal Estadão, 2018. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,conselho-de-etica-instaura-processo-contr-fraga-por-fake-news-sobre-marielle,70002253098>>. Acesso em: 11 de abril de 2018.

PRAGMATISMO POLÍTICO. **Post mais compartilhado sobre Marielle Franco é um ‘fake news’ comprovado.** Site Pragmatismo Político, 2018. Disponível em: <<https://www.pragmatismopolitico.com.br/2018/03/ceticismo-politico-fake-news-marielle.html>>. Acesso em 11 de abril de 2018.

REUTERS. **Facebook chega a 1,94 bilhão de usuários em todo o mundo no 1º semestre de 2017.** G1 - Globo, 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-chega-a-194-bilhao-de-usuarios-em-todo-o-mundo-no-1-trimestre-de-2017.ghtml>>. Acesso em: 10 de abril de 2018.

UOL NOTÍCIAS. **Zuckerberg pede desculpas e assume erros em depoimento ao Congresso dos EUA.** Disponível: <<https://tecnologia.uol.com.br/noticias/redacao/2018/04/10/mark-zuckerberg-depoimento-ao-congresso-dos-eua.htm>>. Acesso em: 10 de abril de 2018.

VEJA. **Notícias falsas tiveram êxito durante campanha nos EUA.** Revista Veja, 2016. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/noticias-falsas-tiveram-exito-durante-campanha-nos-eua/>>. Acesso em: 10 de abril de 2018.

VICTOR, Fábio. **Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton.** Jornal Folha de São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>>. Acesso em: 08 de abril de 2018.

WILL, Daniela Erani Monteiro Will. **Metodologia da Pesquisa Científica.** Livro didático digital. Palhoça: UnisulVirtual, 2016.