

# Desinformação e esfera pública no Twitter: disputas discursivas sobre o assassinato de Marielle Franco

Disinformation and public sphere on Twitter: discursive  
struggles over the murder of Marielle Franco

Felipe Bonow Soares<sup>1</sup>  
felipebsoares@hotmail.com

Paula Viegas<sup>1</sup>  
paularviegas@gmail.com

Shana Sudbrack<sup>1</sup>  
shana.sudbrack@gmail.com

Raquel Recuero<sup>1</sup>  
raquelrecuero@gmail.com

Luiz Ricardo Hüttner<sup>1</sup>  
luizricardohuttner@gmail.com

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Av. Paulo Gama, 110 – Farroupilha, Porto Alegre (RS).

## RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar as disputas discursivas no Twitter que surgem a partir de desinformação sobre o caso de Marielle Franco. A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo, através da qual foi possível perceber como a desinformação se propagou e quais são as disputas discursivas envolvidas nesse processo. Para sistematizar a análise, foram criados dois grupos de tweets: o grupo da desinformação, que busca atacar o caráter de Marielle, e o grupo que desmente as notícias falsas e a defende. Nossos principais resultados mostram que o espalhamento de desinformação acaba alterando o foco inicial da mídia, que destacava a vida pública de Marielle. Além disso, vemos que a mídia tradicional teve papel decisivo para dar visibilidade e, depois, desmentir as acusações falsas contra Marielle.

**Palavras-chave:** Disputas discursivas. Desinformação. Esfera pública.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the discursive struggles on Twitter based on disinformation campaigns about Marielle Franco's case. We used content analysis to identify how disinformation spread and which discursive struggles were involved in the conversation. We created two categories of tweets in our analysis: those that helped to reverberate disinformation, trying to disqualify Marielle, and those that tried to deny the false accusations, defending Marielle. In our results, we found that the reverberation of disinformation altered the main subject initially highlighted by media outlets – Marielle's public life. Further, we found that mainstream media played a central role in reverberating disinformation and latter denying the false accusations against Marielle.

**Keywords:** Discursive struggles. Disinformation. Public sphere.

## Introdução

Os últimos anos, no Brasil, foram marcados por um grande debate acerca do uso de informações falsas e da tentativa da manipulação da opinião pública em eventos de impacto políticos<sup>2</sup>. Neste contexto, as mídias digitais foram utilizadas como suportes na propagação de desinformação, de modo a influenciar a esfera pública (RECUERO & GRUZD, 2019). Ao mesmo tempo, novas formas de checagem de informações espalham-se nesses espaços, especialmente através dos chamados veículos de *fact-checking*<sup>3</sup>, que, juntamente com os veículos tradicionais de jornalismo disputaram com a desinformação a visibilidade na esfera pública nas mídias sociais. Este fenômeno, no qual vemos a disputa de narrativas diferentes, e por vezes, opostas, sobre um mesmo fato, é a origem do que chamamos “disputa discursiva” neste artigo, em sentido semelhante ao discutido por Hardy e Phillips (1999), Barros (2014) e Paiva, Garcia e Alcântara (2017).

A circulação de conteúdo entre grupos de discussão na mídia social é fundamental para o bom funcionamento da deliberação no âmbito da esfera pública online (BASTOS, 2011; FUCHS, 2015; BRUNS & HIGHFIELD, 2016). A consolidação da esfera pública na mídia social também está associada a ganhos demo-

cráticos (PAPACHARISSI, 2009), que por sua vez são dependentes da circulação de conteúdo de qualidade e de debates adequados entre os atores sociais (GOMES, 2008). A formação de um ecossistema de desinformação nestes espaços pode ser, portanto, um problema para o debate público e uma ameaça para as boas democracias.

Neste contexto, neste trabalho buscamos explorar as disputas discursivas no Twitter diante da desinformação gerada a partir do assassinato de Marielle Franco, vereadora do Rio de Janeiro pelo PSOL, em 14 de março de 2018. O caso mobilizou diversos atores sociais em um debate acerca de questões políticas e culturais, além de uma ampla circulação de acusações falsas sobre a vida da vereadora. Nosso objetivo aqui é compreender como veículos jornalísticos e outros atores sociais utilizam o Twitter como meio de construção dessas diferentes narrativas e disputas pela visibilidade dos discursos.

## Esfera pública e polarização política

Acontecimentos como a morte de Marielle Franco acabam gerando grande repercussão social e midiática e alcançam visibilidade entre as temáticas que pautam

<sup>2</sup> Conforme diversas reportagens de veículos jornalísticos: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>; <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45897170>; <https://www.techtudo.com.br/noticias/2019/10/whatsapp-admite-envio-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-2018.ghtml>; <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/30/whatsapp-fake-news-robos-envio-em-massa-eleicoes-2018-contas-banidas.htm>; <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/10/14/stf-apura-ligacao-entre-rede-de-fake-news-pro-bolsonaro-e-ataques-a-corte.htm>.

<sup>3</sup> Dentre os exemplos, podemos citar a Agência Lupa (<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>) e o Aos Fatos (<https://aosfatos.org/>).

as discussões da esfera pública. No caso da morte da vereadora, o assunto acabou também sendo pauta de conversações em ambientes online, como o Twitter. Por isso, iniciamos a discussão teórica com o conceito de esfera pública e sua relação com as mídias sociais.

O conceito de esfera pública está fortemente associado aos estudos de Habermas (1984; 1997), que coloca a deliberação como um dos pilares da democracia. O autor caracteriza a esfera pública como um espaço composto por arenas de discussão que estão interconectadas umas às outras e formam uma espécie de rede de comunicação (HABERMAS, 1997). Pode-se pensar a esfera pública formada por dois fenômenos: a esfera da discussão pública e esfera da visibilidade pública (GOMES, 2008). Enquanto a primeira se refere ao processo argumentativo da discussão pública, a segunda é focada no aspecto da publicidade social. Esta, portanto, pressupõe o acesso a informações necessárias para o debate político. Como são fenômenos fortemente entrelaçados, o enfraquecimento de qualquer uma destas dimensões tem como consequência perdas democráticas (GOMES, 2008). A desinformação, foco deste estudo, é notadamente prejudicial para a esfera da visibilidade pública, já que afeta o acesso a informações adequadas – prejudicando, por consequência a discussão pública, já que atores vão participar da discussão com premissas falsas ou manipuladas quando se apropriam do argumento da desinformação.

Luhmann (1992), crítico da teoria habermasiana, parte de outra visão teórica, mas também se preocupa com a questão da visibilidade na discussão política. O autor trabalha com o conceito de opinião pública não como a opinião dos indivíduos, mas como a seleção de temas que tomam a atenção pública (LUHMANN, 1992; ESTEVES, 2015). Na argumentação do autor, a opinião pública é uma rede de comunicação que funciona a partir do fluxo de temas, considerando, portanto, que os assuntos debatidos publicamente não são congelados no tempo. Como consequência, neste fluxo temático, há também disputa por visibilidade entre os temas de interesses de indivíduos ou grupos - como observamos no caso de Marielle Franco. Também a ideia de opinião pública de Luhmann tende a ser prejudicada por desinformação, já que no fluxo temático a desinformação assumiria parte da visibilidade e acabaria por influenciar a discussão, além de disputar espaço com outros temas ou visões na opinião pública.

No contexto das mídias sociais, Papacharissi (2009) discute a relação entre estes espaços e a ideia de esfera pública. A autora argumenta que as plataformas de redes sociais, quando usadas para discussões políticas, for-

mam um novo espaço público. Para a formação da esfera pública nesses espaços, porém, seriam necessários ganhos democráticos por meio das discussões. Isto depende da participação de cidadãos para um debate mais bem fundamentado. Novamente, a propagação de desinformação ameaça a boa formação da esfera pública, já que tende a limitar os ganhos democráticos das discussões.

Outros autores também discutem sobre a formação da esfera pública nesses espaços. Bastos (2011) entende que o processo de circulação de informações propicia o surgimento de uma rede entre *clusters* (grupos de usuários mais conectados) que forma uma estrutura como os anéis de uma cebola, em que as bordas destes *clusters* se conectam e favorecem a circulação de conteúdos em geral. Bruns e Highfield (2016) defendem a existência de microesferas públicas, que, assim como as arenas da esfera pública de Habermas (1997), se conectam por meio de certos usuários que funcionam como pontes entre estes espaços de discussão. Fuchs (2015), por outro lado, argumenta que a fragmentação do debate impede a formação da esfera pública nas mídias sociais. Além disso, o autor também faz críticas relacionadas ao caráter econômico das plataformas e o uso de dados pessoais de usuários para reforçar seu posicionamento.

Para este estudo assumimos que o Twitter é um espaço propício para a formação da esfera pública, ainda que seja necessário levar em conta as limitações como fragmentação nas discussões e circulação de conteúdo de baixa qualidade. Apesar destas limitações, o Twitter é uma plataforma onde ocorrem conversações em nível macro, ou seja, que se desenvolvem em um nível social e possuem características públicas de discussão (BRUNS & MOE, 2014). Além disso, a plataforma é frequentemente utilizada para debates de temas políticos, sejam eles acontecimentos em tempo real ou mesmo eventos programados, como processos eleitorais (BASTOS, RAIMUNDO & TRAVITZKI, 2013; LARSSON & MOE, 2014; WELLER et al., 2014; ALVES, 2017). As ferramentas da plataforma, em especial o *retweet* (RT), são também adequadas para a circulação das informações na rede e para a ampliar o debate para um nível social, envolvendo maior diversidade de usuários e que podem fazer parte de diferentes níveis demográficos (SUH et al., 2010; RECUERO, ARAÚJO & ZAGO, 2011; BASTOS, RAIMUNDO & TRAVITZKI, 2013; BRUNS & MOE, 2014). Desta forma, mesmo cientes das formas como aspectos de fragmentação do debate e polarização política podem afetar a esfera pública, como discutimos abaixo, partimos neste estudo da ideia de que há algum tipo de

formação de esfera pública e que a discussão que se dá no Twitter é relevante para compreender o debate sobre temas políticos.

A fragmentação no debate político, apontada como uma ameaça à formação de esfera pública em mídias sociais por Fuchs (2015), está vinculada com o processo de polarização política. Este fenômeno gera grupos com posicionamentos antagônicos e seu reflexo nas conversações políticas em plataformas de redes sociais tende a gerar uma estrutura de rede muito comum neste tipo de discussão, as “multidões polarizadas” (*polarized crowds*), quando existem dois grupos que defendem ideias distintas sobre a temática debatida e sem que haja trânsito entre eles, de forma que os usuários acabam isolados dentro de um grupo homogêneo (SMITH et al., 2014; HIMELBOIM et al., 2017). Este tipo de formação de rede também tem sido encontrado em conversações políticas no contexto brasileiro (RECUERO, ZAGO & SOARES, 2017).

A fragmentação da discussão e a formação de grupos polarizados podem ameaçar a esfera pública de diferentes formas. A esfera da visibilidade pública, por exemplo, acaba sendo limitada na ausência de trânsito de conteúdos entre os grupos que acabam por se isolar. Da mesma forma, a esfera da discussão pública se resume a conversações isoladas, em que os participantes são apenas aqueles com opiniões semelhantes. A ausência do contraditório na discussão pública pode favorecer o fortalecimento de opiniões mais extremas, além de impedir que cidadãos reflitam mais a fundo sobre suas posições, entrando em contato com pensamentos diversos e possibilitando que reflitam sobre eles (SUNSTEIN, 2001; WOJCIESZAK & MUTZ, 2009).

O enfraquecimento das dimensões que formam a esfera pública, portanto, se refletem em perdas democráticas, que podem, até mesmo, frear a sua formação em plataformas de redes sociais (GOMES, 2008; PAPA-CHARISSI, 2009). Nesse contexto, disputas discursivas tendem a ser menos democráticas quando se baseiam principalmente na desinformação, como discutimos a seguir.

## Desinformação e disputas discursivas nas mídias sociais

O problema da desinformação na mídia social tem sido frequentemente abordado pela literatura, sob a temática das “desordens informativas” (DERAKHSHAN & WARDLE, 2017). A desordem informativa é referente ao espalhamento de informações falsas, enganos e boatos, potencializados pelas características da mídia social.

Assim, é constituída de três fenômenos: A desinformação não intencional (*misinformation*), que ocorre quando algo que é publicado é falso e assume sua falsidade, porém a audiência, por erro, compreende como verdadeiro (o que acontece com alguma frequência com sites de humor, por exemplo) ou quando uma informação é publicada de forma incorreta sem que esse seja o objetivo (como erros jornalísticos) (DERAKHSHAN & WARDLE, 2017; BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018); a desinformação intencional (*disinformation*), que ocorre quando a falsidade é espalhada intencionalmente para confundir as pessoas, (através de notícias falsas, por exemplo) e envolve objetivos políticos (FALLIS, 2009; BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018); e a *mal-information*, que ocorre quando um sujeito é atacado com informações privadas (DERAKHSHAN & WARDLE, 2017). Nos dois primeiros casos, portanto, temos informações públicas e no terceiro, privadas.

Neste estudo, focamos principalmente na questão da desinformação, já que informações falsas foram difundidas com o objetivo de atacar Marielle Franco. Visto que a desinformação intencional (*disinformation*) é baseada em conteúdos falsos ou manipulados e tem o objetivo político (portanto, ideológico) de confundir as pessoas e minar a discussão pública (FALLIS, 2009; BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018; TUCKER et al., 2018), ela também está relacionada com o processo de manipulação (VAN DIJK, 2006). A manipulação discursiva ocorre quando o manipulador se utiliza de estratégias como falsas conexões e uso de informações descontextualizadas para fazer com que outros indivíduos pensem ou ajam de acordo com os interesses do manipulador. Desta forma, manipulação via desinformação também está associada com a ideia de impressões equivocadas (*misperceptions*), fenômeno que ocorre quando sustentam crenças malformadas com a ilusão de que possuem os fatos suficientes para gerar a conclusão defendida (FLYNN, NYHAN & REIFLER, 2017), novamente tendo efeitos negativos na discussão política (TUCKER et al., 2018).

Em contextos de discussão política, o uso de desinformação para gerar impressões equivocadas ou manipular outros pode gerar disputas discursivas sobre a temática debatida. Quando falamos em “disputas discursivas”, compreendemos a disputa pela hegemonia do sentido, pela narrativa sobre um fato de impacto político, social ou econômico (HARDY & PHILLIPS, 1999; BARROS, 2014). A noção de disputas discursivas está geralmente associada a perspectiva dos estudos críticos do discurso, mas é um conceito amplo e pode ser aplicado a partir de

diferentes abordagens. Ainda assim, as disputas de poder se mostram como um dos pilares do conceito, já que buscam observar como narrativas oriundas de diferentes bases ideológicas ou políticas disputam a hegemonia discursiva na esfera pública (HARDY & PHILLIPS, 1999).

Sendo assim, disputas discursivas ocorrem quando mais uma narrativa é construída em torno de um tema e essas narrativas são confrontadas na esfera pública. A disputa discursiva é também relacionada à estratégia discursiva, que é então utilizada para legitimar uma determinada posição. As disputas podem ocorrer em três casos diferentes: (a) entre veículos midiáticos; (b) entre usuários e veículos midiáticos e (c) entre os próprios usuários (PAIVA, GARCIA & ALCANTARA, 2017). Os três contextos podem ser encontrados na mídia social, com diferentes estratégias sendo utilizadas para legitimar, por exemplo, narrativas baseadas em desinformação ou para desacreditar notícias de veículos informativos. De acordo com Barros (2014), assim, os sites de redes sociais são ambientes propícios para as disputas discursivas principalmente pelo fato que os discursos veiculados nesses contextos não são controlados por poucos produtores de conteúdos e organizações, mas produzidos por qualquer usuário destas plataformas.

Neste contexto, o Twitter é um ambiente propício para o desenvolvimento de disputas discursivas. A informação no Twitter só circula com a participação efetiva de seus usuários (SUH et al., 2010; RECUERO, ARAÚJO & ZAGO, 2011; BASTOS, RAIMUNDO & TRAVITZKI, 2013; BRUNS & MOE, 2014). Se estes atores decidirem não dar visibilidade para determinadas informações, estas não circulam e não ganham a visibilidade necessária para influenciar na disputa discursiva em curso. A dinâmica dos processos de circulação de informações em espaços como o Twitter dá aos usuários a possibilidade de dar visibilidade para certas informações e esconder outras (ZAGO, 2012).

Em disputas discursivas, discursos baseados em desinformação podem contra-atacar narrativas existentes de modo a tentar tornar a sua dominante – em busca por hegemonia na esfera pública (HARDY & PHILLIPS, 1999). Por isso, trata-se de um elemento fundamental para compreendermos como as conversações, nas mídias sociais, podem construir sentidos diferentes e legitimar narrativas de desinformação presentes ali. Nos sites de redes sociais, as disputas discursivas são dominadas pelos atores que conseguem gerar conteúdo que receba mais atenção, conquiste mais visibilidade pública e seja compartilhado mais vezes pelo maior número de usuários - tornando secundário o veredicto da mídia ou a veracidade

das informações. Esse ambiente parece favorecer, então, a propagação da desinformação para desconstituir ou reforçar determinadas narrativas. Segundo Marwick e Lewis (2018, p. 3), “aproveitando a oportunidade que a Internet oferece para colaboração, comunicação e produção de pares, esses grupos atuam sobre as vulnerabilidades no ecossistema de mídia de notícias para aumentar a visibilidade e o público de suas mensagens”. Esses grupos fazem uso de redes, memes, bot e uma amplificação estratégica como técnicas de manipulação e desinformação (TUCKER et al. 2018; DERAKHSHAN & WARDLE, 2017).

Em função da dinâmica de circulação de informação nas mídias sociais, mais especificamente no Twitter, que depende mais da ação de usuários do que em outros contextos (ZAGO, 2012), a disputa discursiva entre veículos de mídia acaba sendo especialmente importante (PAIVA, GARCIA & ALCANTARA, 2017). Em contextos de polarização e disputas para legitimar as narrativas defendidas por cada grupo que faz parte de disputas discursivas, os veículos jornalísticos acabam também sofrendo consequências deste fenômeno. Muitas vezes, os veículos de mídia acabam “arastados” para dentro de grupos em função do discurso que produzem, tendo limitada sua visibilidade em outros grupos da rede (ALVES, 2017; SOARES, RECUERO & ZAGO, 2018). Ou seja, os usuários que participam das disputas discursivas adotam a narrativa jornalística como um elemento que reforça seu posicionamento quando esta é coerente com o ponto que defendem, mas excluem este tipo de conteúdo quando o inverso ocorre.

É neste sentido que os veículos de mídia partidária acabam ganhando relevância e recebendo maior visibilidade. As mídias partidárias são geralmente nativas digitais e produzem conteúdo com aparência de jornalismo, porém usam a estética jornalística para produzir conteúdo político tendencioso e parcial e, muitas vezes, engajar-se em campanhas de desinformação (BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018). O que as diferencia da mídia tradicional, mesmo daquela parcela que tem posição política, é a produção de conteúdo sem que as normas éticas do jornalismo sejam seguidas.

As mídias partidárias, portanto, muitas vezes acabam também participando de disputas discursivas, muitas vezes em combate com veículos tradicionais. Nestes casos, as mídias partidárias muitas vezes produzem campanhas de desinformação ao produzir grandes quantidades de informações falsas que são apresentadas com verdade alternativa ao que é produzido por veículos tradicionais (PAUL & MATTHEWS, 2016; LARSSON, 2019). Este processo é igualmente prejudicial para a esfera pública e para a discussão política porque

tende a aumentar o número de pessoas mal informadas (*misinformed*) que participam de conversações, acreditando que possuem uma opinião formada de maneira adequada (FLYNN, NYHAN & REIFLER, 2017). A ideia de *misinformed* é diferente de pessoas que não possuem informação (*uninformed*), já que as que estão mal informadas entendem que podem se engajar em debates políticos porque possuem uma base suficiente para isso – sendo, portanto, ainda mais problemático para a discussão, já que a base informacional destes indivíduos está baseada em crenças ou opiniões que não possuem suporte na realidade.

Ao contrário das mídias partidárias, o jornalismo tradicional deveria seguir as normas éticas da profissão e produzir conteúdo de qualidade. Desta forma, sua presença no fluxo informacional da esfera pública e nas disputas discursivas poderia ser vista de forma positiva. Ainda assim, nem sempre isto ocorre, como será discutido na análise deste estudo. Antes disso, são apresentados os passos metodológicos adotados para a seleção e observação dos dados utilizados neste artigo.

## Metodologia

Nosso objetivo neste trabalho é compreender como se formaram as disputas discursivas a partir das campanhas de desinformação no caso Marielle Franco. Para tanto, utilizamos uma coleta automatizada de tweets que faziam referência ao caso. Esta coleta obteve 439.082 tweets a partir do dia seguinte do fato (ou seja, 15 de março de 2018) até quinze dias após. A partir desse conjunto de dados, os tweets foram organizados em um subconjunto de tweets que receberam pelo menos um retweet, gerando um total de 4100 mensagens. A escolha pelos tweets com pelo menos um retweet deu-se pela tentativa de compreensão da reverberação. O retweet constitui-se em um modo de reverberar um discurso original e legitimá-lo (BOYD, GOLDBERGER & LOTAN, 2010).

Dentro desses dados foram separados apenas tweets em português. As mensagens foram categorizadas em dois grandes grupos: os tweets que favoreciam o espalhamento da desinformação e aqueles que desmentiam tais alegações. Compreendemos esses elementos como aqueles característicos da disputa discursiva sobre a morte de Marielle, já que quando o caso recebe maior visibilidade surge um discurso alternativo (o da desinformação) para disputar a hegemonia

com o discurso então mais frequente, que dava destaque ao assassinato e à vida pública de Franco. Após essa classificação obtivemos: 38 tweets que criaram ou favoreceram a campanha de desinformação (que receberam um total de 633 retweets) e 344 tweets que combateram a desinformação (e um total de 5066 retweets). A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2010; KRIPPENDORF, 2004), principalmente por meio da análise categorial, o tipo mais utilizado, que funciona através do desmembramento do texto em unidades segundo reagrupamentos analógicos. Neste caso, utilizamos a análise temática por unidade, buscando categorizar os tweets a partir de seu conteúdo diante do *fact-checking*, compreendendo os tweets como aqueles que reforçam a desinformação ou a combatem e suas relações.

Em seguida, foi realizada uma análise qualitativa para compreender como se deu a disputa discursiva no caso analisado, dando atenção ao conteúdo dos tweets selecionados e sua reverberação (por meio do número de RT). Optou-se por não separar as disputas entre mídia-mídia, mídia-ator e ator-ator (como realizado por PAIVA, GARCIA & AL-CÂNTARA, 2017), já que a repercussão do caso se deu em grande amplitude e raramente as disputas havia essa relação de forma clara. Ainda assim, o tipo de usuário (mídia ou ator) que se engaja na discussão foi destacado de maneira que se torna possível discutir como afetaram as disputas e o papel que tiveram na circulação de desinformação e combate a esta.

## Análise dos dados

A partir do que discutimos no método, passaremos agora a debater como se deram os discursos da desinformação e da checagem e como se estruturaram as disputas discursivas entre esses atores. Neste tópico, descrevemos como aparece a desinformação no caso analisado e, em seguida, analisamos quais são as disputas discursivas (envolvendo atores e mídias) que mais reverberam esses discursos.

### *Estudo de caso: Marielle Franco e os discursos de desinformação*

Após o assassinato de Marielle Franco, grande parte da mídia deu destaque para a sua atuação na política e para as bandeiras que defendia<sup>4</sup>. Da mesma forma, seus

<sup>4</sup> Ver, por exemplo, <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/vereadora-do-psol-marielle-franco-e-morta-a-tiros-no-centro-do-rio.gh.html>.

apoiadores políticos destacaram temáticas como direitos humanos, a atuação de Marielle em defesa de jovens negros de periferias e sua luta contra milícias e ações violentas da polícia militar, além de convocar manifestações em diversas cidades do Brasil<sup>5</sup>.

Com o objetivo político de combater a hegemonia do discurso que vinha sendo produzido, surgiram diversas informações falsas sobre Marielle, que acabaram alcançando visibilidade e consolidando a campanha de desinformação - já que tinham como objetivo prejudicar a imagem da política, disputando a hegemonia discursiva a partir de outro viés ideológico (HARDY & PHILLIPS, 1999).

No nosso *corpus* de análise, a maioria dos tweets que estão envolvidos no espalhamento de desinformação repercutem uma mensagem da desembargadora Marília Castro Neves, do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ), que fez um comentário em uma postagem no Facebook, no modo público, acusando Marielle Franco de ser “engajada com bandidos”, entre outras calúnias. Todas essas acusações foram verificadas por sites de *fact-checking*, como o trabalho divulgado pelo site Aos Fatos<sup>6</sup>. O site demonstra que é falso que Marielle engravidou aos 16 anos, é ex-esposa do Marcinho VP, foi eleita pelo Comando Vermelho e que o tráfico “bancou” ela – que aparecem entre as alegações falsas criadas para atacar Marielle.

Com o espalhamento de informações falsas, o PSOL, partido político de qual Marielle Franco fazia parte, e outros atores sociais iniciaram campanhas de combate à desinformação. Veículos de comunicação também usaram sua visibilidade para esclarecer as falsas acusações realizadas contra Marielle Franco. Com isso, acirra-se a disputa discursiva iniciada com a propagação de desinformação e o subsequente combate a esta. É neste âmbito que analisamos a disputa discursiva neste estudo, dando destaque para, de um lado, o conteúdo gerado a partir de desinformação (que surge inicialmente para combater as menções positivas relacionadas com a atuação de Marielle) e, de outro, o discurso que busca desmascarar as falsas acusações.

## Disputas discursivas

Como já mencionado, a morte de Marielle gerou manifestações de mídia e atores sociais no sentido de lem-

brar sua atuação na política e as bandeiras que defendia. Este era, até então, o discurso prevalente. Como forma de disputar espaço na opinião pública (LUHMANN, 1992), atores sociais iniciam uma campanha de desinformação ao difamar Franco com o uso de informações falsas - disputando visibilidade na esfera pública (HARDY & PHILLIPS, 1999; GOMES, 2008; BARROS, 2014). Este discurso reverbera na mídia e inicia a campanha de combate a esta desinformação. Estas disputas, envolvendo atores sociais e veículos jornalísticos, são discutidas abaixo.

O discurso inicial, que até o espalhamento de informações falsas se mantinha hegemônico, era sobre a ação política de Marielle. Este era reproduzido por atores e mídia em um cenário amplo da esfera pública. Na campanha de desinformação, quem recebeu maior visibilidade foi a desembargadora Marília Castro Neves, que teve sua mensagem repercutida por veículos jornalísticos. Aqui, inicia-se o processo de disputa discursiva, já que surge um discurso de contraponto ao original.

Quando a mensagem da desembargadora é reproduzida pela mídia (sem verificação das acusações), a desinformação se espalha - ainda que a ação da mídia não seja intencional (*misinformation*). Temos aqui uma relação ator-mídia, já que a mensagem de Marília Castro Neves acaba se espalhando pela ação da mídia, que contrapõe o discurso até então hegemônico também produzido por atores sociais e mídias.

Dentre os tweets que colaboram para a desinformação mais retuitados do nosso *dataset*, vários deles são produzidos por mídias que reproduzem as acusações da desembargadora. A Folha de S. Paulo é o usuário que recebe maior visibilidade entre estes, com 134 RT, ao reproduzir a notícia que dá destaque para as acusações realizadas pela desembargadora: “Desembargadora do Rio diz que Marielle estava envolvida com bandidos é ‘cadáver comum’”. A mesma mensagem foi tuitada pela repórter da Folha de S. Paulo Mônica Bergamo (consideramos os jornalistas que reproduzem notícias de suas empresas como “mídia”, já que o discurso produzido carrega consigo este sentido dotado da autoridade e do formato jornalístico) e foi a segunda mensagem com maior visibilidade dentre os que espalharam desinformação (71 RT). O também jornalista Luis Nassif reproduz a notícia do jornal eletrônico GGN: “Desembargadora do TJRJ acusa

<sup>5</sup> Ver [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/15/politica/1521080376\\_531337.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/15/politica/1521080376_531337.html) e [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/03/15/interna\\_politica,666247/quem-era-marielle-franco-vereadora-assassinada-a-tiros-no-rio-de-jane.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2018/03/15/interna_politica,666247/quem-era-marielle-franco-vereadora-assassinada-a-tiros-no-rio-de-jane.shtml).

<sup>6</sup> Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/nao-marielle-nao-foi-casada-com-marcinho-vp-nao-engravidou-ao-16-e-nao-foi-eleita-pelo-comando-vermelho>.

Marielle de parceria com o CV” (46 RT). A revista Exame reproduziu mensagem semelhante: “Desembargadora: Marielle foi eleita pelo Comando Vermelho.” (21 RT).

Ao reproduzir a declaração da desembargadora, os veículos jornalísticos dão maior visibilidade e legitimidade para as acusações contra Marielle Franco, mesmo que possivelmente de maneira não intencional. Com isso, há uma disputa entre versões na esfera pública. De um lado, as manifestações iniciais que destacam os elementos positivos de Marielle. De outro, a desinformação que busca diminuir a comoção e atacar a credibilidade de Franco, tratando-a como um “cadáver comum”. Ou seja, quando espalhada a desinformação, desloca-se o destaque das bandeiras defendidas por Marielle enquanto vereadora para o seu (falso) envolvimento como o tráfico - o que faria dela “mais uma” morte por envolvimento com facções criminosas. Assim, a desinformação entra na disputa por visibilidade na esfera pública com o objetivo de diminuir a relevância do que defendia Marielle.

Também neste contexto, surgem as mensagens de mídias partidárias, que estão também engajadas em campanhas de desinformação e acabam distorcendo informações com o objetivo de fortalecer um discurso que desqualifica Marielle Franco perante a opinião pública. A mídia Senso Incomum sugere que o carro utilizado no assassinato pertença a um traficante, corroborando com a tese de que Franco seria uma vítima de organizações criminosas: “Traficante é dono do carro que teria sido usado no assassinato de Marielle” (38 RT). Também a mídia Conexão Política se apropria de dados manipulados para desqualificar a relação de Marielle com a periferia: “URGENTE: Os pobres NÃO elegeram a vereadora Marielle Franco” (32 RT).

Há também a presença de atores que se engajam na produção e espalhamento de desinformação sobre a vereadora. O conteúdo das mensagens é bastante semelhante aos que foi dito pela desembargadora e reproduzido pela mídia e segue a tendência de fortalecer a narrativa de que Marielle é vítima do tráfico. Em uma mensagem um dos atores<sup>7</sup> questiona: “Porque o medo, se chegam a tirar fotos abraçados com bandidos?” (25 RT) - em referência aos direitos humanos defendidos pelo PSOL e por Marielle. O mesmo ator afirma em outra mensagem: “Nada disso, meu caro! Marielle foi executada pelos mesmos criminosos que o PSOL defende.” (10 RT) - novamente fazendo referência a questão dos direitos humanos e tratando a morte de Marielle como um reflexo de seu envolvimento

com o tráfico. Outro usuário também produz mensagem semelhante: “@PSOLOficial Esse é o Direitos Humanos que a Marielle apoiava? Ligado ao PCC?” (18 RT).

Vê-se que o discurso produzido por atores sociais que participam da campanha de desinformação é bastante semelhante àquele reproduzido pela mídia. Nos dois casos, o que se discute é o caráter de Marielle Franco e a comoção por sua morte. O que o discurso de desinformação afirma é que Franco seria envolvida com o tráfico e sua morte é reflexo justamente de seu envolvimento com o crime, o que tem o objetivo político de desqualificar sua atuação como pessoa pública e as bandeiras que defendia.

Em seguida, atores sociais e mídias foram responsáveis por desmentir as informações falsas que circularam sobre Marielle Franco. Dentre os tweets que buscam esclarecer as informações que pautavam as discussões, foi dado grande destaque para o fato do Movimento Brasil Livre (MBL), associado com partidos e movimentos de direita no Brasil, estar envolvido no processo de desinformação. Ainda assim, o foco inicial do discurso sobre Marielle (sua atuação política) acabou desviado para a disputa entre desinformação e checagem, já que as menções à vida pública de Franco são menos frequentes entre os tweets classificados como aqueles que combate a desinformação.

Um fator interessante nesta disputa é que o discurso das mídias retorna como forma de desmentir informações divulgadas por elas próprias. A Folha de S. Paulo, que reproduziu as acusações da desembargadora depois esclarece em seu tweet: “PSOL processará desembargadora que acusou Marielle de se engajar com crime” (44 RT). Da mesma forma, a jornalista Mônica Bergamo publicou a seguinte mensagem: “URGENTE PRIMEIRA MÃO - DESEMBARGADORA PEDE DESCULPAS POR ACUSAR MARIELLE” (39 RT). Aqui a disputa discursiva se dá em um embate mídia-mídia, nos exemplos apresentados ocorre especificamente entre os mesmos usuários que anteriormente repercutiram as acusações da desembargadora contra Marielle Franco.

Outras mídias também entram na disputa discursiva e repercutem a ação de desinformação contra Marielle. O Globo tuitou: “Justiça manda Youtube retirar do ar vídeos com ofensas a Marielle Franco” (90 RT). O Estadão (40 RT) reproduziu manchete com a mesma informação. Já o UOL Notícias menciona o espalhamento de desinformação no Facebook: “Facebook tira do ar página que bombou notícia falsa sobre Marielle Franco” (40 RT). Vê-se, portanto, que a circulação de desinformação

<sup>7</sup> Os nomes dos atores não são mencionados como forma de preservar seu anonimato.

também se deu em outros espaços além do Twitter, como Youtube e Facebook. Ao informar sobre a retirada do ar de páginas e vídeos que difamam Marielle, aqui os veículos também entram na disputa discursiva de forma a reduzir a circulação das informações falsas contra a vereadora.

Mídia e atores sociais também repercutiram bastante as informações de que o MBL estaria envolvido na disseminação de desinformação. Luis Nassif, que também havia reverberado as acusações da desembargadora, voltou a abordar o tema, desta vez destacando a participação do MBL na campanha de desinformação: “Investigação mostra que MBL impulsionou fake news contra Marielle” (866 RT). Veículos jornalísticos também deram destaque ao fato. O Portal R7 também deu destaque para a mesma investigação: “Dono de página de fake news sobre Marielle é sócio de dirigente do MBL” (255 RT). Da mesma forma, o site Brasil 247: “MBL está ligado a site que divulgou fake news contra Marielle” (142 RT). Novamente, a mídia assume protagonismo na disputa discursiva. Aqui intensifica-se também mais uma disputa entre setores da esquerda (associados a Marielle) e setores da direita (como MBL). Quando a disputa discursiva está centrada na atuação do MBL em campanha de desinformação, o foco inicial das bandeiras defendidas por Marielle se torna periférico. Importante ressaltar que justamente estes tweets que mencionam a participação do MBL na produção de desinformação estão entre os que atingiram maiores números de RT nos dados analisados, ou seja, são os que ganharam maior destaque na opinião pública e visibilidade na disputa discursiva.

O PSOL e outros atores sociais também participam da conversação e o foco de suas mensagens está mais centrado na manutenção da credibilidade de Marielle Franco - atacada por acusações falsas. O PSOL, por exemplo, inicia campanha de combate a desinformação: “Em defesa da memória de Marielle, printem todos os posts de ódio e fake news e mandem para contato@ejsadvogadas.com.br.” (515 RT). Outros usuários retomam o destaque a atuação política de Marielle Franco, retomando o tópico inicial da disputa discursiva: “Isso vale a pena você compartilhar no seu WhatsApp” (277 RT).

Vê-se que entre os que combatem a desinformação há menor alinhamento no discurso (alguns lembram a vida pública de Marielle, outros acusam o MBL, outros mencionam a retirada do ar de informações falsas), o que dá a este lado da disputa discursiva menor característica de ação organizada com um objetivo específico - como foi verificado na campanha de desinformação que buscava exclusivamente desqualificar o caráter de Marielle ao

tratar seu assassinato como uma morte comum. Portanto, o discurso hegemônico original, que lembrava a ação política de Franco, passa a dividir espaço na esfera pública com outras temáticas – ainda que algumas das mensagens com alto RT, como os dois exemplos acima, estejam entre as que mais repercutiram.

Identificamos, neste tópico, alguns movimentos nas disputas pela opinião pública e nas temáticas debatidas na disputa discursiva sobre a morte de Marielle Franco - em específico na questão de desinformação, foco adotado para esta análise. No momento inicial, destacavam-se as bandeiras defendidas por Marielle. Em seguida, a repercussão da desinformação, especialmente por veículos de mídia, desviou o debate para o caráter da vereadora. A desinformação foi combatida também por veículos de mídia com foco nos responsáveis pela propagação de informações falsas e nas ações para retirada destas de sites. Já os atores sociais combateram a desinformação como forma de retomar o debate sobre a importância política da atuação de Marielle enquanto vereadora - foco que foi deixado em situação periférica na disputa mídia-mídia.

## Discussão

Campanhas de desinformação afetam diretamente a esfera pública (HABERMAS, 1984, 1991). A desinformação prejudica esfera da visibilidade pública (GOMES, 2008) porque dá destaque para informações falsas, interferindo no acesso de cidadãos ao conteúdo adequado para o debate. A esfera da discussão pública (GOMES, 2008) também é prejudicada em função da desinformação, já que as premissas argumentativas de certos indivíduos não possuem base real.

No caso da disputa discursiva (HARDY & PHILLIPS, 1999; BARROS, 2014) aqui analisada, identifica-se participação central de veículos de comunicação, recebendo mais destaque nas disputas do que atores sociais (PAIVA, GARCIA & ALCANTARA, 2017). Dentre os tweets que propagaram desinformação, há grande destaque para a cobertura midiática da declaração da desembargadora Marília Castro Neves - que difamou Marielle Franco por meio de mentiras. Embora a informação originalmente pertença à categoria de desinformação intencional (*disinformation*) (DERAKHSHAN & WARDLE, 2017), sua repercussão gera outros modos de desinformação, como aquela realizada pelos veículos que deram visibilidade para este discurso. Ou seja, ainda que a repercussão de informações falsas por meio de veículos de jornalismo tenha sido realizada de forma não

intencional (*misinformation*) (DERAKHSHAN & WARDLE, 2017), a discussão na esfera pública acaba afetada por isso. Os veículos de mídia possuem autoridade social na esfera pública (HABERMAS, 1991) e a sua ação de compartilhar desinformação acaba dando maior legitimidade ao assunto, que acaba ganhando força na discussão (TUCKER et al. 2018). Ou seja, neste caso, não temos um problema de checagem dos veículos ou de divulgação de uma informação falsa. Porém o modo de construção do tweet pode alterar a percepção da notícia pelos atores sociais. Mesmo que depois os próprios veículos passem a combater a desinformação, sua ação de dar visibilidade e legitimidade ao conteúdo falso já alterou o processo argumentativo na disputa discursiva em questão, inclusive alterando o foco do debate (que inicialmente é exclusivo no assassinato de Franco e nas suas bandeiras políticas).

Além dos veículos tradicionais, também são identificados algumas mídias partidárias que também estão engajadas no espalhamento de desinformação, em conjunto com outros atores sociais. O objetivo político que move a campanha de desinformação é bastante específico: atacar o caráter de Marielle e enfraquecer sua imagem pública, desqualificando o discurso até então hegemônico. Ainda que diferentes conteúdos sejam utilizados para esta prática, a forma como tratam o assassinato de Marielle como uma morte comum é o centro do argumento apresentado.

Assim, a visibilidade dada a este discurso, principalmente pela mídia tradicional, facilita o processo em que pessoas estão mal informadas (*misinformed*) na esfera pública, já que estes indivíduos podem se informar por meio de conteúdo inadequado (FLYNN, NYHAN & REIFLER, 2017). Desta forma, a desinformação afeta o fluxo temático da opinião pública (LUHMANN, 1992), já que insere novas questões ao debate. No caso aqui analisado, a desinformação é o que desencadeia de fato a disputa discursiva, já que em um primeiro momento há hegemonia no discurso que exalta a memória e a atuação política de Marielle. Após falsas acusações contra a vereadora, é a disputa discursiva pela verdade que assume centralidade na discussão. Deixa-se de debater o que defendia Marielle e se inicia um debate em torno das acusações espalhadas por meio de desinformação.

As mensagens que propagam desinformação reproduzem as falsas acusações contra Marielle, tratando-a como associada ao crime organizado e tomando sua morte como consequência disso. Do outro lado da disputa discursiva, surgem veículos e atores sociais que desmascaram a desinformação, dando destaque para os responsáveis pela propagação (como o MBL). Assim, a disputa discursiva

aqui analisada está no âmbito da busca pela verdade. Enquanto a desinformação busca atacar o caráter de Marielle, o combate a esta busca preservar a imagem da vereadora e acusar os responsáveis pela propagação de informações falsas. Apenas alguns atores sociais, como o próprio PSOL, retomam o discurso inicial (que homenageia e destaca a atuação política de Marielle) ao combater a desinformação, de forma que a hegemonia do discurso que exaltava a vida pública de Marielle é afetada e passa a dividir e disputar espaço no fluxo temático da esfera pública (LUHMANN, 1992).

Mesmo que o conteúdo que busca desmentir as falsas acusações também reverbera no Twitter de forma bastante mais ampla que a desinformação (esta gerando 633 RT enquanto aquele gera 5066 RT), a mudança no foco da discussão já afeta a hegemonia do discurso inicial na esfera pública. Além disso, algumas mensagens que citam a retirada de conteúdo de Facebook e Youtube indicam que a circulação de desinformação parece ter sido maior em outras plataformas, enquanto o Twitter foi adotado principalmente para o combate a informações falsas.

## Considerações finais

Este estudo tinha como objetivo analisar a disputa discursiva gerada a partir do espalhamento de desinformação sobre o assassinato de Marielle Franco. Como foi dado destaque na análise, existem dois posicionamentos claros sobre o assunto, que fortaleceram a noção de disputa discursiva no caso analisado (HARDY & PHILLIPS, 1999; BARROS, 2014; PAIVA, GARCIA & ALCÂNTARA, 2017). Com o objetivo de quebrar a hegemonia do discurso que exaltava a atuação política de Marielle, iniciou-se uma campanha de desinformação que buscava qualificar o assassinato como uma morte comum. Em seguida, surgiu o discurso que tinha como objetivo justamente esclarecer as informações falsas que foram espalhadas sobre a morte de Marielle.

Dentre os nossos principais resultados, observamos que a principal fonte de desinformação foram as acusações de uma desembargadora, que acaba ganhando visibilidade por meio da repercussão nos veículos tradicionais. Assim, em um processo de desinformação não intencional (*misinformation* - DERAKHSHAN & WARDLE, 2017; BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018), os veículos de mídia tradicionais acabam colaborando para o espalhamento de desinformação e afetando negativamente a esfera pública – principalmente no fenômeno da esfera da visibilidade pública, já que a qualidade desta pressupõe o acesso a boa

informação (GOMES, 2008). Este processo também favorece a formação de indivíduos mal informados (*misinformed*), que são igualmente problemáticos para a discussão na esfera pública (FLYNN, NYHAN & REIFLER, 2017).

A própria mídia tradicional é também responsável por combater as informações falsas sobre Marielle, protagonizando uma disputa mídia-mídia (PAIVA, GARCIA & ALCÂNTARA, 2017) – composta, inclusive, com grande destaque para a Folha de S. Paulo, que dá destaque a desinformação e depois desmascara as informações falsas sobre Marielle. A mídia partidária, por sua vez, aparece somente entre os propagadores de desinformação, ainda que não tenha sido tão central quando a mídia tradicional – o que é incomum em campanhas de desinformação (BENKLER, FARIS & ROBERTS, 2018). Um dos fatores para isto pode ter sido a prevalência de discurso que combate a desinformação em comparação ao que a espalha no Twitter. Isto, em conjunto com o conteúdo de algumas mensagens, indica que outras plataformas, como Facebook e Youtube, foram mais utilizadas para dar visibilidade para informações falsas.

Por fim, o que se vê é que a disputa discursiva acaba afetando a relevância do discurso hegemônico inicial, que dava destaque para a vida pública de Marielle. A entrada do discurso de desinformação e seu alinhamento no objetivo político de tratar o assassinato da vereadora como uma morte comum acaba deslocando a discussão. Quando atores e mídias iniciam as ações para desmascaram as informações falsas, estes tweets dão menos importância para a atuação política de Marielle e focam na desinformação em si e em quem estava envolvido no seu espalhamento. Tweets sobre a participação do MBL na campanha de desinformação acabam recebendo mais visibilidade do que aqueles que ainda buscam manter o discurso inicial, junto ao combate da desinformação.

Este estudo tem algumas limitações. A análise de um caso específico traz contribuições pontuais e estudos complementares podem enriquecer os resultados aqui encontrados ao observar se os padrões se repetem em outros contextos. Além disso, tomamos a questão da desinformação como foco e isto também direciona a análise realizada. Para estudos futuros, é possível verificar também de que forma os discursos circulam em redes de conversação, utilizando métodos como a análise de redes. Além disso, a análise de outras plataformas, como Facebook e Youtube, para verificar como se deu a discussão sobre a morte de Marielle também pode contribuir para uma compreensão mais ampla do fenômeno de disputa discursiva e da influência das campanhas de desinformação.

## Referências

- ALVES, Marcelo. Mobilização da Militância: redes de campanha na eleição do Rio de Janeiro em 2016. In: *Compolítica* 7, 2017. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, *Anais...* Rio de Janeiro: Compolítica, 2017. Disponível em <https://drive.google.com/file/d/0B4ZGK8qAQTozaGZmVjBscHUwcEE/view>.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BARROS, Marcos. Tools of Legitimacy: The Case of the Petrobras Corporate Blog. *Organization Studies*, v. 35, n. 8, p. 1211-1230, 2014.
- BASTOS, Marco Toledo. Public opinion revisited: The propagation of opinions in digital networks. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, v. 4, n. 2 e 3, p. 185-201, 2011.
- BASTOS, Marco Toledo; RAIMUNDO, Rafael Luis Galdini; TRAVITZKI, Rodrigo. Gatekeeping Twitter: message diffusion in political hashtags. *Media, Culture & Society*, v.35, n.2, p. 220-270, 2013.
- BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. *Network Propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in american politics*. New York: Oxford University Press, 2018.
- BOYD, danah; GOLDBERGER, Scott; LOTAN, Gilad. "Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter." *HICSS-43*. IEEE: Kauai, HI, January 6, 2010.
- BRUNS, Axel; HIGHFIELD, Tim. Is Habermas on Twitter? Social Media and the Public Sphere. In: BRUNS, Axel; ENLI, Gunn; SKOGERO, Eli; LARSSON, Anders Olof; CHRISTENSEN, Christian (Org.) *The Routledge Companion to Social Media and Politics*. New York: Routledge, 2016, (p.56-73).
- BRUNS, Axel; MOE, Hallvard. Structural Layers of Communication on Twitter. In: WELLER, Katrin; BRUNS, Axel; BURGESS, Jean; MAHRT, Merja; PUSCHMANN, Cornelius (ed.). *Twitter and Society*. Nova York: Peter Lang Publishing, 2014 (p. 15-28).
- DERAKSHAN, H. WARDLE, C. Information Disorder: Definitions. In *Proceedings of Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. Annenberg: University of Pennsylvania, 5-12, 2017.
- ESTEVEES, João Pissarra. Sobre a Opinião Pública que já não o é – ao ter deixado de ser propriamente pública e também uma opinião. *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 276-293, set./dez. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201534.276-293>.
- FALLIS, Don. Conceptual Analysis of Disinformation. *Proceedings of iConference* 2009. Disponível em <http://hdl>.

- [handle.net/2142/15205](https://handle.net/2142/15205).
- FLYNN, D. J.; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs About Politics. *Advances in Political Psychology*, v. 38, n. 1, 2017. doi: 10.1111/pops.12394.
- FUCHS, Christian. Mídias sociais e a esfera pública. *Revista Contracampo*, v. 34, n. 3, ed. dez/2015-mar/2016. Niterói: Contracampo, 2015, p. 5-80.
- GOMES, Wilson. Da discussão à visibilidade. In: GOMES, Wilson; MAIA, Rousiley C. M. *Comunicação e democracia: Problemas & Perspectivas*. São Paulo: Paulus, 2008 (p. 117-162).
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia: entre facticidade e validade, volume II*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- HARDY, Cynthia; PHILLIPS, Nelson. No joking matter: Discursive struggle in the Canadian refugee system. *Organization Studies*, v. 20, n. 1, p. 1–24, 1999.
- HIMELBOIM, Itai; SMITH, Marc A.; RAINIE, Lee; SCHNEIDERMAN, Ben; ESPINA, Camila. Classifying Twitter Topic-Networks Using Social Network Analysis. *Social Media + Society*, p. 1-13, jan./mar. 2017. Disponível em <<https://doi.org/10.1177/2056305117691545>>. Acesso em: 10 jan. 2019.
- LARSSON, Anders Olof. News Use as Amplification – Norwegian National, Regional and Hyperpartisan Media on Facebook. *Journalism & Mass Communication Quarterly* (Pre-print), 2019. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/330637768\\_News\\_Use\\_as\\_Amplification\\_-\\_Norwegian\\_National\\_Regional\\_and\\_Hyperpartisan\\_Media\\_on\\_Facebook](https://www.researchgate.net/publication/330637768_News_Use_as_Amplification_-_Norwegian_National_Regional_and_Hyperpartisan_Media_on_Facebook).
- LARSSON, Anders Olof; MOE, Hallvard. Twitter in Politics and Elections: Insights from Scandinavia. In: WELLER, Katrina; BRUNS, Axel; BURGESS, Jean; MAHRT, Merja; PUSCHMANN, Cornelius (ed.). *Twitter and Society*. Nova York: Peter Lang Publishing, 2014 (p. 319-330).
- LUHMANN, Niklas. *A improbabilidade da comunicação*. Belo Horizonte: Vega, 1992.
- KRIPPENDORF, K. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.
- MARWICK, Alice; LEWIS, Rebecca. Media Manipulation and Disinformation. Online. *Data & Society: Research Institute*, 2018.
- PAIVA, André Luiz de; GARCIA, André Spuri; ALCÂNTARA, Valveri de Castro. Disputas Discursivas sobre Corrupção no Brasil: Uma Análise Discursivo-Crítica no Twitter. *Rev. adm. contemp.*, v. 21, n. 5, p.627-647, 2017.
- PAPACHARISSI, Zizi. The Virtual Sphere 2.0: The Internet, the Public Sphere and beyond. In: CHADWICK, A., HOWARD, P. N. (eds). *Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge, 2009 (p. 230-245).
- PAUL, Christopher; MATTHEWS, Miriam. *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It*. RAND Corporation: Santa Monica, CA, 2016. Disponível em <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>.
- RECUERO, Raquel; ARAÚJO, Ricardo; ZAGO, Gabriela. How does Social Capital affect Retweets?. *Proceedings of International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, V, Barcelona, Spain: AAAI, 2011.
- RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de “Fake News” Políticas: Um estudo de caso no Twitter. Preprint version. *Galaxia*, 41, 2019. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/330728905\\_Cascatas\\_de\\_Fake\\_News\\_Políticas\\_Um\\_estudo\\_de\\_caso\\_no\\_Twitter](https://www.researchgate.net/publication/330728905_Cascatas_de_Fake_News_Políticas_Um_estudo_de_caso_no_Twitter).
- RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe Bonow. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. In: Encontro Anual da Compós, XXVI, 2017. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Compós, 2017a. Disponível em [http://www.compos.org.br/data/arquivos\\_2017/trabalhos\\_arquivo\\_XH5ITTDY1PYGE-7PDUQJM\\_26\\_5374\\_18\\_02\\_2017\\_12\\_53\\_33.pdf](http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_XH5ITTDY1PYGE-7PDUQJM_26_5374_18_02_2017_12_53_33.pdf).
- SMITH, Marc; RAINIE, Lee; HIMELBOIM, Itai; SHNEIDERMAN, Ben. *Mapping Twitter Topic Networks: From Polarized Crowds to Community Clusters*. Washington: Pew Research Center, 2014.
- SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Influencers in Polarized Political Networks on Twitter. In *Proceedings of the International Conference on Social Media & Society*, Copenhagen, Denmark (SMSociety), 2018. DOI: 10.1145/3217804.3217909.
- SUH, Bongwon; HONG, Lichan; PIROLLI, Peter; CHI Ed H. Want to be retweeted? Large scale analytics on factors impacting retweet in Twitter network. IEEE International Conference on Social Computing, II. *Proceedings of the IEEE Second International Conference on Social Computing*. IEEE, 2010 (p. 177-184).
- SUNSTEIN, Cass. *Echo Chambers*. Princeton: Princeton University Press, 2001.
- TUCKER, Joshua Aaron; GUESS, Andrew; BARBERA, Pablo;

- VACCARI, Cristian; SIEGEL, Alexandra; SANOVICH, Sergey; STUKAL, Denis; NYHAN, Brendan. *Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature*. 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3144139>.
- VAN DIJK, Teun. Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(2), 359-383, 2006.
- WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- WELLER, Katrin; BRUNS, Axel; BURGESS, Jean; MAHRT, Merja; PUSCHMANN, Cornelius. Twitter and Society: An Introduction. In: WELLER, Katrin; BRUNS, Axel; BURGESS, Jean; MAHRT, Merja; PUSCHMANN, Cornelius (ed.). *Twitter and Society*. Nova York: Peter Lang Publishing, 2014 (p. xxix- xxxviii).
- WOJCIESZAK, Magdalena E.; MUTZ, Diana C. Online groups and political discourse: do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement?. *Journal of communication*, 59.1, 2009 (p. 40-56).
- ZAGO, Gabriela da Silva. Trolls e Jornalismo no Twitter. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 150-163, mar. 2012. Disponível em: < <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n1p150> >. Acesso em: 23 fev. 2019.