CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA CELSO SUCKOW DA FONSECA
DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS
LÍNGUAS ESTRANGEIRAS APLICADAS ÀS NEGOCIAÇÕES INTERNACIONAIS

NATALIA DEL CUETO SIMAS E PATRICIA DA SILVA MEDINA TEIXEIRA

A MULHER QUE NÃO FICA EM CASA É UMA BRUXA: UMA ANÁLISE DE GÊNERO DAS *FAKE NEWS* SOBRE HILLARY CLINTON NAS ELEIÇÕES DE 2016.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

RIO DE JANEIRO
2021

NATALIA DEL CUETO SIMAS E PATRICIA DA SILVA MEDINA TEIXEIRA

A MULHER QUE NÃO FICA EM CASA É UMA BRUXA: UMA ANÁLISE DE GÊNERO DAS *FAKE NEWS* SOBRE HILLARY CLINTON NAS ELEIÇÕES DE 2016.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, do Departamento de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca.

Orientador: Prof. Roberto Carlos Borges

RIO DE JANEIRO
2021

A MULHER QUE NÃO FICA EM CASA É UMA BRUXA: UMA ANÁLISE DE GÊNERO DAS *FAKE NEWS* SOBRE HILLARY CLINTON NAS ELEIÇÕES DE 2016.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, do Departamento de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca.

NATALIA DEL CUETO SIMAS
PATRICIA DA SILVA MEDINA TEIXEIRA

Banca Examinadora:

_____
Presidente, Professor Dr. Roberto Carlos da Silva Borges (CEFET/RJ) (orientador)

_____
Professora Mestra Andrezza Menezes Costa (CEFET/RJ)

_____
Professora Dra. Keila Auxiliadora Carvalho (UFVJM)

_____
Professora Mestra Andreza da Silveira Jorge (Virgínia Tech)

RIO DE JANEIRO
2021

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

S588 Simas, Natalia del Cueto
A mulher que não fica em casa é uma bruxa: uma análise de gênero das fake news sobre Hillary Clinton nas eleições de 2016 / Natalia del Cueto Simas [e] Patricia da Silva Medina Teixeira – 2021.
25f.: il. color. + anexo e apêndice, enc.

Projeto Final (Graduação) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, 2021.
Bibliografia: f. 22-25
Orientador: Roberto Carlos Borges

1. Relações internacionais. 2. Fake news. 3. Jornalismo – Aspectos sociais. 4. Mulheres na política. I. Borges, Roberto Carlos (Orient.). II. Teixeira, Patricia da Silva Medina. III. Título.

CDD 327

Elaborada pelo bibliotecário Leandro Mota de Menezes – CRB/7 nº 5281

AGRADECIMENTOS

Elaborar um TCC não é uma tarefa fácil, não só por que escrever, pesquisar e colocar nas normas ABNT são processos trabalhosos, mas porque o TCC representa o fechamento de uma fase, um momento breve, porém definitivo nas nossas vidas. E nenhum fechamento é fácil, nenhum adeus é tranquilo.

Também não é fácil passar por esse processo no meio de uma pandemia. Como pensar em qualquer coisa com milhões de pessoas morrendo? Como ser produtivas se nossos familiares, as pessoas que amamos, nossos amigos, todos estão em perigo? Tivemos que ser, tivemos que encontrar um jeito, como todos, de seguir vivendo mesmo que o sistema já tenha se provado invivível.

Agradecimentos? Às nossas famílias sempre! Nosso suporte eterno, os que nos seguram quando caímos, os que passam a quarentena presos na mesma casa que nós. Achamos que para nossos familiares não existe obrigado o suficiente.

Agradecemos também nosso Orientador, professor e querido amigo Prof. Roberto Borges, que nos guiou em identidades culturais, na iniciação científica e agora no final. Quem tem um bom guia tem tudo.

Agradecemos a todos os funcionários do CEFET-RJ, estes que da limpeza ao ensino nos proporcionaram uma educação de qualidade.

E não agradecemos a este governo, que só torna nossa vida mais difícil, que sucateia a educação e não valoriza nada que não seja seus princípios medíocres.

E finalmente agradecemos nosso Pets, por aguentarem sempre ao nosso lado.

"Resistir", cuja etimologia vem de stare e que significa ficar de pé. Resistimos como respiramos, por reflexo" (Mary del Priore, 2020)

RESUMO

DEL CUETO SIMAS, Natalia, MEDINA TEIXEIRA, Patricia da Silva. **A mulher que não fica em casa é uma bruxa:** Uma análise de gênero das *Fake News* contra Hillary Clinton, 2021. Número total de folhas. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca. Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2021.

As *Fake News* se tornaram um problema mundial nos últimos anos, impactando negativamente em diversas áreas e promovendo um desserviço à toda população. Recentemente a política tem sido um dos campos mais afetados por essas notícias falsas que são espalhadas de forma abrangente em um curto espaço de tempo, afetando o julgamento de diversos eleitores não apenas no Brasil, mas também no mundo afora. Presenciamos a elaboração de pesquisas para melhor compreender como essas novas ferramentas como *WhatsApp, Facebook* e *Twitter* estavam sendo usadas para manipular o eleitorado, e não há como não mencionar o famoso caso das eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2016. Este trabalho demonstra de forma sucinta como as raízes históricas das perseguições contra as mulheres permanecem enfincadas na sociedade e continuam se espalhando através de qualquer ferramenta disponível, inclusive por meio das *Fake News*, tentando impossibilitar a representatividade feminina em campos, como o político, que permanecem dominados por homens até mesmo quando as mulheres representam a maior parte do eleitorado. A pesquisa é baseada em um estudo bibliográfico, bem como na análise qualitativa e quantitativa de boatos mascarados como notícias sobre a candidata Hillary Clinton que foram amplamente divulgados pela mídia digital e através das redes sociais durante a corrida presidencial na qual era candidata. Foi possível concluir que quando o alvo dos boatos é uma mulher, fica evidenciado o uso indiscriminado de estereótipos de gênero para construir tais *Fake News,* demonstrando que quando se é mulher, não importa a ideologia, se sair do ambiente do lar, poderá ser atacada.

Palavras-chave: Gênero. *Fake News*. Política. Caça às bruxas. Eleições.

ABSTRACT

DEL CUETO SIMAS, Natalia. MEDINA TEIXEIRA, Patricia da Silva. **The woman who doesn't stay at home is a witch:** A gender analysis of Fake news. 2021. Número total de folhas. Trabalho de Conclusão de Curso - Federal Center of Technological Education – Rio de Janeiro. city, 2021.

Fake News has become a worldwide problem in recent years, impacting negatively in several areas and promoting a disservice to the entire population. Politics has recently been one of the fields most affected by this false news that is spread widely in a short space of time, affecting the judgment of many voters not only in Brazil, but also around the world. We witnessed the elaboration of research to better understand how these new tools such as *WhatsApp*, *Facebook* and Twitter were being used to manipulate the electorate, and it's essential to mention the famous case of the presidential elections in the United States in 2016. This work succinctly demonstrates as the historical roots of the persecutions against women remain embedded in society and continue to spread through any tools available, including through *Fake news*, trying to make it impossible for female representativity in fields such as politics, which remain dominated by men even when women represent most of the electorate. This research is based on a bibliographic study, as well as on the qualitative and quantitative analysis of rumors masked as news about the candidate Hillary Clinton that were widely disseminated by digital media and through social networks during the presidential race in the US. It was possible to conclude that when the target of rumors is a woman, the indiscriminate use of gender stereotypes to build such *Fake news* is evidenced, demonstrating that if you are a woman, no matter the ideology, whenever you try to leave the housewife way of life, might be attacked.

Keywords: Gender. *Fake News*. Politics. Witch-hunt. Elections.

Sumário

1.INTRODUÇÃO **1**

2 *FAKE NEWS*: UMA HISTÓRIA **3**

2.1 IMPRENSA AMARELA: SENSACIONALISMO PARA VENDER MAIS 4

2.2 JORNALISMO PINGA SANGUE: A CONSTRUÇÃO DO ÓDIO 5

2.3 FAKE NEWS 6

2.4 POR QUE ACREDITAMOS EM *FAKE NEWS*? 9

2.5 *FAKE NEWS* E SUAS CATEGORIAS 11

3. POR QUE UMA ANÁLISE DE GÊNERO DAS *FAKE NEWS*? **12**

3.1 MULHERES E CAÇA ÀS BRUXAS: A DOMINAÇÃO DAS MULHERES ATÉ OS DIAS DE HOJE 14

3.2 ESTUDO DE CASO: AS *FAKE NEWS* CONTRA HILLARY CLINTON 16

4. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES **20**

Referências 22

ANEXO 1- ETIQUETAS UTILIZADAS PELO SITE SNOPES.COM 26

1.INTRODUÇÃO

Em 2016, o mundo presenciou a exaustiva campanha do empresário sem experiência política Donald Trump, marcada por discursos polêmicos e agressivos contra parte da população americana e contra a democrata Hillary Clinton, candidata que tinha em seu histórico vasta experiência política decorrente dos anos dedicados à carreira pública. Durante o processo eleitoral, as mídias sociais, principalmente o Facebook, foram utilizadas para divulgar mensagens, postagens, imagens e vídeos contendo dados mentirosos sobre diversas temáticas.

A partir desse momento iniciaram-se pesquisas para melhor compreender como essas novas ferramentas como *WhatsApp, Facebook* e *Twitter* estavam sendo usadas para manipular o eleitorado. Porém, o foco desse esforço inicial foi voltado para o mensageiro e não para a mensagem, a dizer, os pesquisadores entendiam que as mensagens eram formadas por conteúdos voltados para disseminar o ódio por alvos escolhidos, desta forma a análise da escolha desses alvos e o conteúdo das mensagens disseminadas ficando em segundo plano nos esforços de conter as *Fakes News*, além de ter sido pouco estudadas. Entende-se que tanto o emissor como a mensagem são importantes para o entendimento do fenômeno. Especialmente quando as mensagens parecem focalizar em um público específico, já marginalizado anteriormente, e que agora é colocado em evidência como inimigo do projeto neoliberal. São essas as mulheres, a população negra, a população LGBTQIA+ e todas as minorias que não correspondem ao ideal branco, hétero, cis e masculino da sociedade.

Com base em tudo que foi anteriormente constatado, o presente trabalho mostra-se relevante pelo fato de que mesmo com todo avanço na luta feminista pela equidade em todas as áreas, ainda assim quando uma mulher alcança uma posição de prestígio ou poder o comportamento social nos mostra que críticas e julgamentos serão feitos e mentiras serão criadas, não a partir da capacidade e habilidade de tal mulher, mas sim a partir do gênero, pelo puro fato desta ser mulher. Quando acrescentamos as *Fake News* a essa equação, trazemos um mal da modernidade, que dentre outras coisas, se tornou mais uma ferramenta para propagar o machismo e a misoginia, uma nova forma de promover a desigualdade e de tentar retardar o avanço das mulheres.

A adição de uma produção acadêmica científica sobre tal tema é necessária, visto que tudo o que será aqui relatado não se trata de caso único e isolado, mas sim de um fenômeno que vem acontecendo com cada vez mais frequência em todo o mundo e

não apenas na política. Tampouco trata-se de assunto inédito, seja em relação à disseminação de notícias falsas ou no que diz respeito à perseguição de mulheres, mas sim de novas formas e ferramentas para realizar ambas.

É de suma importância ressaltar que enquanto alunas do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais, justifica-se a opção por tal temática pelo fato de que o ponto de vista de um aluno LEANI deve ter como princípio o âmbito internacional e, ao trazer o caso de Hillary Clinton para o centro de nossos estudos, estamos trazendo à tona um caso internacionalmente conhecido que aconteceu em um país que hoje é considerado uma das maiores potências mundiais. Ademais, o caso em questão tornou-se um dos ápices dos escândalos envolvendo *Fake News* e política.

Quanto à questão de tal produção ser realizada em conjunto, isso se deve ao fato de no decorrer de nossas vidas pessoais e acadêmicas, por diversas vezes nossas realidades e objetivos se convergiram, e além de termos realizado uma pesquisa científica em conjunto com outra colega e sob a orientação do mesmo orientador que nos guiou na elaboração deste trabalho, também trabalhamos lado a lado em uma organização feminista e a temática aqui abordada foi centro de inúmeras discussões entre nós, por conseguinte, foi natural a decisão de escrevermos juntas.

O objetivo da presente produção é realizar uma análise de gênero das *Fake News* disseminadas sobre a candidata Hillary Clinton ao longo da corrida presidencial nos Estados Unidos da América em 2016. Esse é um dentre vários outros casos envolvendo mulheres políticas que, ao tentarem participar do mundo político dominado por homens, foram atacadas por *Fake News*, tanto na mídia tradicional quanto nas redes sociais, que possuíam caráter misógino e sexista. Estas mulheres são atacadas por seus corpos, seu comportamento sexual e sua não permanência em papéis considerados femininos.

Desta forma, entender a trajetória do que conhecemos hoje como *Fake News*, como elas tomaram a proporção atual e, além disso, citar as bases do conceito de gênero e as raízes históricas das perseguições contra as mulheres, se faz necessário e, portanto, são assuntos que se encontram presentes nessa pesquisa. Na elaboração do trabalho foram utilizadas as metodologias qualitativa, quantitativa e interpretativa de análise bibliográfica e de boatos mascarados como notícias que foram amplamente divulgadas pela mídia digital e através das redes sociais.

2 *FAKE NEWS*: UMA HISTÓRIA

No ano de 2016 a palavra do ano no dicionário Oxford foi "pós-verdade", um dos motivos para a escolha foi devido ao fenômeno ocorrido nas eleições presidenciais norte-americanas permeadas pelo intenso uso de *Fake News*. Para o dicionário “Pós-Verdade” se define como: "Relativo a ou que denota circunstâncias, nas quais, fatos objetivos são menos influenciadores na formação da opinião pública do que apelos à emoção ou à crença pessoal" (OXFORD,2016). Como será aprofundado mais à frente, o uso das *Fake News* nas eleições presidenciais, tanto Norte Americanas de 2016 como Brasileiras de 2018, foi possibilitado pelo fenômeno da Pós-Verdade que permite que mentiras e distorções sejam disseminadas com mais facilidade.

Porém, o ato de contar mentiras, dissimulação e desinformação não é inédito tendo constantemente sido usado como método político. Sócrates já denunciava os sofistas por contar mentiras em seus livros na Grécia e ao longo do tempo ocorreram manipulações da informação. O que diferencia o uso antes e o uso agora é o advento da internet como meio de comunicação. A própria invenção da prensa e do jornal foi por si só uma revolução na forma e velocidade com que as informações chegam às pessoas, da mesma forma que o aparecimento do rádio e após da televisão. No entanto, nenhum desses meios de comunicação permitiu a integração e comunicação mundial que a internet propõe. O estudo “*What happens in a minute in internet*” feito pela *Visual Capitalist* disponibiliza todo ano os dados do uso da internet em um minuto. Em 2020, em apenas um minuto, usuários trocaram 41,666,667 mensagens no *WhatsApp*, o *Twitter* ganhou 319 novos usuários, a *Amazon* fez 6,659 entregas e consumidores gastaram 1,000,000 de dólares online. Estes são apenas alguns dos dados do estudo que mostra que a internet se tornou o meio de comunicação essencial na vida das pessoas, fazendo parte do seu dia a dia, e que é um espaço no qual ocorre um grande fluxo de informação e de capital. Atualmente a internet é onde o mundo acontece. Este capítulo tem como intenção revisar brevemente a história das *Fake News* desde o surgimento da imprensa amarela, até o surgimento da internet para então chegar a uma definição do que são *Fake News*.

2.1 IMPRENSA AMARELA: SENSACIONALISMO PARA VENDER MAIS

Nos estudos da história das *Fake News* um dos pontos iniciais é o fenômeno da imprensa amarela ocorrida entre 1890 e 1900 nos Estados Unidos. Advinda de uma disputa entre dois grandes nomes do jornalismo Joseph Pulitzer e Randolph Hearst que, para conseguir leitores, utilizaram o sensacionalismo em suas edições.

> Para Mott, as técnicas que caracterizavam a "imprensa amarela" eram: 1) manchetes escandalosas em corpo tipográfico excessivamente largo, "garrafais" impressas em preto ou vermelho, espalhando excitação frequentemente sobre notícias sem importância, com distorções e falsidade sobre os fatos; 2) o uso abusivo de ilustrações, muitas delas inadequadas ou inventadas; 3) impostura e fraudes de vários tipos, com falsas entrevistas e histórias, títulos enganosos, pseudociência;4) quadrinhos coloridos e artigos superficiais; 5) campanhas contra os abusos sofridos pelas "pessoas comuns" , tornando o repórter um cruzado a serviço do consumidor. (Angrimani, 1994 p.22)

Embora o período da imprensa amarela tenha sido curto, seu impacto sobre o jornalismo e a forma de se criar conteúdo sensacionalista repercute até os dias de hoje. Angrimani (1994) destaca que o uso da categoria sensacionalista deve ser analisado e utilizado com cuidado. Atualmente o termo é utilizado para acusar e retirar a credibilidade de um meio de comunicação, e seu uso fica a cargo do telespectador, que decide se o meio se adequa ou não a suas expectativas. Dessa forma o termo se torna subjetivo e dependente da impressão e desejos de quem denomina. Por isso, para o autor, é necessário situar adequadamente o uso do adjetivo “sensacionalismo” no momento de caracterização. O autor destaca a definição estabelecida por Pedroso das principais regras do modo sensacionalista de produção do discurso:

> Intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica; ambivalência linguísticosemântica, que produz o efeito de informar através da não identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional; adequação discursiva ao status semiótico das classes subalterna; destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou invenção de palavras ou fatos; valorização de conteúdo ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramento nas edições subsequentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural; discursividade repetitiva, fechada ou centrada em si mesma, ambígua, motivada, autoritária, despolitizadora, fragmentária, unidirecional, vertical, ambivalente, dissimulada, indefinida, substitutiva, deslizante, avaliativa; exposição do oculto, mas próximo; produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica; especificidade discursiva de jornal empresarial-capitalista, pertencente ao segmento popular

> da grande empresa industrial-urbana, em busca da questão do popular, apesar do pretenso engajamento com o universo marginal; gramática discursiva fundamentada no desnivelamento socioeconômico e sociocultural entre as classes hegemônicas e subalternas. “(Pedroso apud Angrimani,1994 p.14)

É importante ressaltar também o funcionamento do jornalismo sensacionalista na psique de quem o lê. Como destaca Marcondes Filho:

> O Jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva e apelativa e a enaltece. Fábrica uma nova notícia que a partir daí passa a se vender por si mesma. (Marcondes apud Angrimani, 1994 p.15)

Chega-se à conclusão de que tornar sensacional um fato é o que define o Sensacionalismo. Este estilo de jornalismo, focado na venda e na quantidade, se utiliza de técnicas discursivas para chegar na emoção do leitor e torná-lo um ator daquela notícia. E, embora esta forma de fazer jornalismo seja desmerecida ela é utilizada como recurso discursivo e hoje, com a internet, seu uso é explorado pelas *Fake News*.

2.2 JORNALISMO PINGA SANGUE: A CONSTRUÇÃO DO ÓDIO

Antes da revolução da internet ocorreu a revolução da televisão, meio de comunicação que, assim como a imprensa, utiliza técnicas sensacionalistas para atrair o público. O Telejornalismo sensacionalista também utiliza o trinômio “escândalo, sexo e sangue” definido por Angrimani (1994) como sua base de enfoque. Porém, este explora as possibilidades da imagem com mais força que o jornalismo impresso. Como forma de prender a atenção da audiência o apresentador tem a possibilidade de se mover pelo estúdio, gesticular com as mãos e demonstrar suas reações faciais, todas estas técnicas permitindo a criação de um julgamento que pode induzir o público a um certo tipo de pensamento.

Tais programas, criados na década da ditadura militar e que encontraram seu “boom” após a redemocratização formaram a opinião dos segmentos conservadores do país e, de acordo com o jornalista do Jornal *Intercept* Carlos Marton, na matéria “Como Datena e os programas pinga-sangue ensinaram os evangélicos fundamentalistas a odiar” foram responsáveis pelo desenvolvimento de um ódio contra tudo que era considerado do mundo. O mundo, para esse grupo, caracteriza-se como tudo que está

fora da igreja “música, filmes, ciência que contradiz a Bíblia, bebida, drogas, sexo, tudo o que pode levar o crente a se perder.” (Marton, 2020) e os programas sensacionalistas, também chamados de “pinga-sangue”, confirmam para os fundamentalistas suas crenças de que o mundo é um lugar que precisa de salvação e que apenas Deus pode trazê-la. Além disso, a forma como o jornalista se coloca do lado do policial nas reportagens e como o “bandido” é tratado como “vagabundo”, que está do lado do diabo, cria a associação de que o policial é um anjo vingador de Deus que está proporcionando uma justiça divina na terra. E, finalmente, todos que se opõem à ação policial e à guerra contra os horrores do mundo estão, automaticamente, do lado do diabo junto com os que defendem o aborto, as questões de gênero e as religiões de matriz africana e consequentemente a esquerda.

2.3 FAKE NEWS

Como demonstrado acima, as mentiras e as notícias falsas constantemente foram uma ferramenta que evoluíram junto com os meios de comunicação. A evolução mais recente ocorreu com o advento da internet, nos anos 1960, que criou a conhecida “sociedade da informação” na qual o mundo se tornou conectado e globalizado e as informações se espalham rapidamente:

> A Sociedade da Informação, de acordo com Webster, é representada por uma sociedade na qual a informação é utilizada intensamente como elemento da vida econômica, social, cultural e política, dependendo de um suporte tecnológico para se propagar, demonstrando que esse processo se tornou um fenômeno social, instaurado dentro da sociedade. (Kohn e Hert, 2007, p. 3)

Paulatinamente, a internet foi tomando espaço como principal meio de informação, processo aliado à evolução tecnológica dos computadores que se tornaram mais acessíveis e mais simples e, atualmente, os celulares se converteram em computadores de bolso que podem ser acessados em qualquer lugar com acesso à internet. De acordo com o relatório Mensurando o Desenvolvimento Digital: Fatos e Números de 2019, estudo da ONU, 4,1 milhões de pessoas no mundo tem acesso a rede mundial e 97% dos habitantes do planeta têm acesso a um sinal de celular.

Este novo meio de comunicação trouxe, inicialmente, um ideal utópico de ambiente democrático, livre e sem barreiras, no qual, tudo poderia ser dito e exposto sem

consequências e com a proteção de estar anônimo atrás da tela. Como descrevem Hert e Kohn:

> Assim, com o surgimento da internet no final dos anos 1960, as ideias de liberdade, imaterialidade passam a revolucionar a leitura e a comunicação em rede, possibilitando arquivar, copiar, desmembrar, recompor, deslocar e construir textos, exibi-los e ter acesso a todo tipo de informação, de qualquer variedade, a todo instante. (Kohn e Hert, 2007, p. 5)

E, também:

> A internet fez o cidadão potencialmente interagente e agente comunicador. Ele não só passou a ter um acesso maior a informação como pode participar dela diretamente, opinando e interagindo ao mesmo tempo em que a recebe. (Hert e Kohn p. 6)

Sendo assim, a internet trouxe consigo o problema de sua regularização, até hoje países e estudiosos estudam formas de controlar o que é feito online, sem ferir os direitos de liberdade de expressão dos seus usuários. No Brasil, as leis que regulam tais atos são o Marco civil da internet de 2014 e a Lei geral de proteção de dados de 2020.

Porém, ainda não se chegou a uma maneira eficiente de regular as ações online e, em 2016, com o escândalo das *Fake News* nas eleições Norte Americanas, a sociedade voltou os olhos para um problema que, além de utilizar as técnicas de sensacionalismo já vistas, se beneficia da engenharia das redes sociais e de seus algoritmos para alcançar máxima visualização.

No livro "Engenheiros do caos" o cientista político Giuliano Da Empoli demonstra como ocorreu a apropriação das redes sociais por grupos e indivíduos interessados, não em defender e fazer prevalecer uma ideologia ou projeto de governo, mas de governar independente do pensamento por trás desse poder.

Esses engenheiros compreenderam que há mensagens mais propensas à viralizar e serem compartilhadas que outras, e muitas dessas mensagens são baseadas no ódio de gênero, raça e contra minorias. Os engenheiros descritos no livro também são sujeitos masculinos, homens com conhecimento de política, mas principalmente com conhecimento em física, TI e algoritmos. Além do conhecimento do ódio adormecido, presente em grupos existentes em chats e hosts da internet, pronto para ser organizado e utilizado.

De acordo com Alcott e Gentzkow, as *Fake News* se originam em sites criados com a intenção de espalhar notícias falsas ou satíricas. Estes são construídos para serem parecidos com sites oficiais, possuindo o mesmo nome de um jornal famoso, por exemplo. Além disso, eles misturam em seu conteúdo notícias falsas e verdadeiras para enganar o leitor e, como estes sites têm um período curto de vida, não há preocupação com a construção de uma boa reputação para estes como há para sites verdadeiros da mídia tradicional.

Os autores também classificam o interesse financeiro e ideológico como as duas principais motivações para a criação de conteúdo falso na internet.

> There appear to be two main motivations for providing *Fake news*. The first is pecuniary: news articles that go viral on social media can draw significant advertising revenue when users click to the original site. This appears to have been the main motivation for most of the producers whose identities have been revealed. The teenagers in Veles, for example, produced stories favoring both Trump and Clinton that earned them tens of thousands of dollars (Subramanian, 2017 p.7 apud Alcott e Gentzkow).
>
> Paul Horner produced pro-Trump stories for profit, despite claiming to be personally opposed to Trump (Dewey,2016 p.7 apud Alcott e Gentzkow).
>
> The second motivation is ideological. Some *Fake news* providers seek to advance candidates they favor. The Romanian man who ran endingthefed. com, for example, claims that he started the site mainly to help Donald Trump's campaign (Townsend, 2016, p.7 apud Alcott e Gentzkow)[1]

Porém, o problema não se concentra apenas na criação de sites com conteúdo falso, estudos mostram que as redes sociais, como o *Facebook*, o *Twitter* e o *WhatsApp* têm um papel essencial na divulgação destes sites e de suas notícias falsas. Estas redes sociais possuem o design adequado para o objetivo das *Fake News* por conta de seus

[1] Parece haver duas motivações principais para fornecer notícias falsas. A primeira é pecuniária: artigos de notícias que se tornam virais nas mídias sociais podem atrair uma receita publicitária significativa quando os usuários clicam no site original. Esta parece ter sido a principal motivação para a maioria dos produtores cujas identidades foram reveladas. Os adolescentes de Veles, por exemplo, produziram histórias favorecendo tanto Trump quanto Clinton que lhes renderam dezenas de milhares de dólares (Subramanian, 2017 p.7 apud Alcott e Gentzkow).

Paul Horner produziu histórias pró-Trump com fins lucrativos, apesar de afirmar ser pessoalmente contra Trump (Dewey,2016 p.7 apud Alcott e Gentzkow).

A segunda motivação é ideológica. Alguns fornecedores de notícias falsas procuram avançar os candidatos que favorecem. O homem romeno que gerencia endingthefed. com, por exemplo, alega que começou o site principalmente para ajudar a campanha de Donald Trump (Townsend, 2016, p.7 apud Alcott e Gentzkow)

feeds com imagens e textos pequenos, adaptados para a tela do celular, que impedem a checagem do fato e levam o usuário a clicar no *link* e gerar engajamento e monetização para o site de notícias falsas.

Além disso, estas redes são construídas a partir de algoritmos chamados “filtros bolha” usados para customizar a experiência do usuário a partir dos seus interesses. Dessa forma, este fica restrito a um tipo de conteúdo.

No livro Engenheiros do caos Giuliano Da Empoli descreve que:

> Ex funcionário do YouTube, Guilherme Chaslot explicou claramente de que maneira o algoritmo da plataforma, responsável por 70% dos vídeos assistidos, foi concebido para impulsionar o público na direção dos conteúdos mais extremos, maximizando o nível de engajamento até seus limites. Assim, quem procura informações acerca do sistema solar no YouTube terá diante de si um menu bem farto de vídeos sustentando a teoria da Terra Plana, ao passo que o usuário interessado por questões de saúde será rapidamente reorientado para ideia *No Vax,* o movimento anti-vacina, e dos conspiracionistas. (Da Empol, 2019, p. 81)

Logo, as redes sociais são construídas para gerar engajamento ao criar conflito e uma sensação constante de enervamento e medo nos seus usuários, que se tornam dependentes daquele meio, criando grupos identitários, fechados e com tendências para acreditar apenas no que confirma a sua ideologia.

2.4 POR QUE ACREDITAMOS EM *FAKE NEWS*?

Como atualmente as *Fake News* ocupam um espaço importante na política partidária, pesquisadores tentam entender o motivo pelo qual estas notícias são tão apelativas para o público. O Instituto de Tecnologia Social do Rio de Janeiro (ITS), em seu curso, “*Fake News* e Campanhas Eleitorais” cita, a partir do artigo “ *Misinformation on social media: Can technology save us?*” de Filippo Menczer (2016), que somos vulneráveis às notícias falsas por conta de 3 vieses: Cognitivo, Social e Tecnológico, que serão trabalhados a seguir.

O Viés Cognitivo está alinhado à questões psicológicas do processo evolutivo da humanidade que, para evitar predadores, aprendeu a confiar em sinais vindos de seu grupo/tribo e a desconfiar de informações oriundas de outras fontes. Atualmente, embora não haja mais este tipo de perigo, os indivíduos ainda conservam esta necessidade de confirmação grupal.

Os preconceitos também agem no viés cognitivo pois, as notícias falsas utilizam essas ideias pré-estabelecidas na mente do indivíduo para se tornar mais palatáveis.

> Sendo assim, vale dizer que as notícias falsas encontram, na mente do agente, uma série de crenças já instituídas, ou, por enunciarem saberes que fazem parte de uma mesma lógica cognitiva do agente, criam familiaridade para com ele, o que acaba por levá-lo a crer no que ali se enuncia. (Seixas,2019 p. 283)

De forma semelhante funciona o Viés Social, que define que as pessoas têm maior tendência a acreditar em informações, clicar em links e divulgar uma notícia vinda de conhecidos e familiares.

Já o viés técnico corresponde à forma como os algoritmos das redes sociais são construídos para gerar filtros bolha e criar grupos fechados, nos quais, apenas pontos de vistas e informações alinhadas com os interesses daqueles usuários, circulam.

Outra questão que concerne ao tema das *Fake News* é a prática do *Zero rating*. Segundo Erhardt (2016), esta pode ser definida como:

> A prática do zero rating, por seu turno, consiste em estratégias comerciais adotadas por provedores de internet de acesso móvel, os quais, após a celebração de acordos com outros fornecedores, conferem gratuidade no tráfego de dados de determinado serviço ou aplicação. Concede-se ao usuário o acesso ilimitado a determinados sites e aplicativos, sem cobrança adicional ou interferência no pacote de dados por ele contratado junto à operadora. (Erhardt, 2016 p.344)

Por trás da ideia de que o *zero rating* existe para democratizar o acesso à internet e, mais precisamente, as redes sociais, esconde-se o fato de que tal prática de certa forma limita a liberdade dos usuários, os quais tendem a ficar mais dependentes de tais redes sociais ou sites quando atingem o término de sua franquia, ou quando sequer possuem um plano de dados. Consequentemente, tais plataformas cuja principal diretriz deveria ser promover a socialização entre pessoas e criar um espaço onde cada um possa expor suas individualidades, acabam se tornando fontes primárias, e muitas vezes únicas, de informação sobre todo e qualquer assunto.

Ainda de acordo com Erhardt (2016), deve-se observar também a questão social e de classe que permeia a discussão sobre o *zero rating*:

> A prática do modelo de negócios, como o acesso patrocinado ou acesso gratuito, a determinados aplicativos, ao primeiro olhar, parece um benefício ao consumidor por proporcionar um financiamento da Internet aos mais

> pobres. No entanto, a insegurança é que, em longo prazo, as barreiras de exclusão social cresçam, na medida em que os mais pobres seriam cada vez mais diferentes dos mais ricos no que se refere ao acesso de informação, ferramentas de comunicação e interação social" (Erhardt, 2016, p.350).

Temos aqui, então, uma ferramenta que supostamente deveria trazer a democratização da internet, não obstante, o que se mostra é justamente o oposto. A prática do *zero rating* acaba por confinar usuários com menor poder aquisitivo ao uso do que se é determinado por essas empresas, restringindo assim, o acesso às fontes mais seguras de informação. Trazendo tal contexto para nossa discussão sobre as *Fake News*, temos assim a figura de um usuário limitado às redes sociais e, ou à determinados sites, o qual é constantemente bombardeado com informações sobre as quais não tem o poder de averiguar se são ou não verídicas.

2.5 *FAKE NEWS* E SUAS CATEGORIAS

Como explorado acima, *Fake News* não são um fenômeno novo, mas um recurso que vem sendo utilizado e adaptado por diferentes meios de comunicação. Se antes o seu uso em jornais amarelos ou telejornalismo policialesco incomodava, foi em 2016, que o termo começou a ser amplamente discutido. O *Brexit* e as Eleições Presidenciais Norte Americanas foram os dois acontecimentos principais envolvendo o uso massivo de *Fake News* divulgadas e espalhadas rapidamente pela internet. Por isso, é importante definir o que são *Fake News* e entender como elas podem ser classificadas de formas diferentes. O conceito de *Fake News* passou a ser usado, da mesma forma que o do sensacionalismo, de forma generalizada, como forma de caracterizar toda e qualquer notícia que não agrade ao interlocutor. Porém, existem níveis e formas diferentes de fazer *Fake News* que precisam ser classificados para facilitar seu reconhecimento e criar formas de combatê-las. Alcott e Gentzkow (2017) definem *Fake News* em seu trabalho como: "news articles that are intentionally and verifiably false and could mislead readers"[2].

Atualmente, podemos definir três grupos para o estudo das notícias falsas: *Fake News, Misinformation* e *Disinformation* e o seu uso e classificação depende da sua facticidade, ou seja, se é real ou não, e sua intencionalidade, se o autor ao criá-la teve

[2] artigos de notícias que são intencional e comprovadamente falsos e que podem induzir ao erro os leitores.

ou não a intenção de causar dano. Desta forma, a *Disinformation* se caracteriza como notícias falsas que possuem a intenção de causar dano, sendo as *Fake News*, pertencentes a este grupo. Já a *Misinformation,* é uma notícia falsa que não foi criada com a intenção de causar dano, mas que pode causá-la. Por exemplo, uma sátira pode se tornar danosa para o leitor, a partir do momento em que este não está inteirado do contexto dela, podendo tomá-la como verdadeira. De acordo com a Organização *First Draft* existem 7 tipos de *Misinformation* e *Disinformation,* que são classificadas em uma escala de intenção de causar dano, sendo elas: Sátiras e paródias, Conteúdo enganoso, Conteúdo impostor, Conteúdo fabricado, Falsa conexão, Falso contexto e Contexto manipulado. E, estes 7 tipos, estão divididos de forma a se entender a motivação de sua criação que, de acordo com a autora Claire Wardle, são: Jornalismo pobre, Paródia, Para Provocar, Paixão, Partidarismo, Lucro, Influência ou poder político e Propaganda.

Portanto, embora *Fake News* sejam uma definição para notícias falsas com intenção de confundir o leitor, é importante conhecer essas outras formas de Disinformation e de Misinformation porque estas também confundem o leitor e também causam danos mesmo de formas diferentes e, no fenômeno das *Fake News* digitais, também são usadas.

3. POR QUE UMA ANÁLISE DE GÊNERO DAS *FAKE NEWS*?

Neste capítulo, as *Fake News* serão analisadas a partir de uma perspectiva de gênero, entendendo-se que a política é um campo majoritariamente masculino e que as mulheres veem suas possibilidades de entrar neste meio ainda mais dificultadas pelas ilegítimas notícias de cunho misógino disseminadas sobre elas. Estas *Fake News remetem à* caça às bruxas que, como define Silvia Federici em *"Calibã e a bruxa: Mulheres, corpo e acumulação primitiva" (2017)*, representam a dominação patriarcal sobre as mulheres, exercidas através das técnicas de difamação destas como praticantes de bruxaria, que são usadas desde o início da implantação do sistema capitalista.

Os estudos de gênero vêm ganhando espaço no meio acadêmico pelo fato de se entender que o gênero pode e deve ser interpretado como uma categoria de análise, necessária para se entender as ciências humanas e as relações de poder. Joan Scott

traz esta necessidade para o debate com seu artigo “Gênero uma categoria útil para a análise histórica” (1995) afirmando que, no início de seu debate, gênero era visto apenas como uma substituição da palavra “mulheres” em trabalhos acadêmicos voltados para temas como crianças e família e que seus estudos eram considerados inferiores:

> Em outras palavras, esse uso de "gênero" refere-se apenas àquelas áreas, tanto estruturais quanto ideológicas, que envolvem as relações entre os sexos. Uma vez que, aparentemente, a guerra, a diplomacia e a alta política não têm a ver explicitamente com essas relações, o gênero parece não se aplicar a estes objetos, continuando, assim, a ser irrelevante para o pensamento dos/as historiadores/as preocupados/as com questões de política e poder. (Scott, 1995 p.6)

Avançando contra esta visão limitada do conceito, Joan defende que:

> Minha definição de gênero tem duas partes e diversos subconjuntos, que estão inter-relacionados, mas devem ser analiticamente diferenciados. O núcleo da definição repousa numa conexão integral entre duas proposições: (1) o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e (2) o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder. (Scott, 1995 p. 16)

Desta forma, o debate sobre questões de gênero não fica engessado à temas ligados ao “universo feminino” e pode-se debater sobre sua função como construtor primordial de relações de poder, principalmente no campo da política.

Ao definir as quatro subcategorias inter relacionadas do conceito, a autora demonstra que o gênero se constrói a partir de símbolos e conceitos normativos que procuram criar padrões ideais para o comportamento do indivíduo e que, é importante analisar politicamente e socialmente estas questões entendendo que, as identidades são construídas de formas subjetivas. Desta feita, inferimos que é importante olhar o gênero como uma categoria de análise histórica, fruto de lutas, guerras e opressões para a dominação da mulher.

A campanha presidencial de Hillary Clinton representará o estudo de caso deste trabalho por possuir duas características: 1) Cronologicamente, as campanhas contra a candidata norte americana, representam o “*boom*” do escândalo do uso de *Fake News* em campanhas eleitorais; 2) Sua nacionalidade corresponde ao pré-requisito para elaboração desta pesquisa, que necessita possuir uma perspectiva de análise internacional.

Salienta-se que as pesquisadoras possuem ressalvas quanto a americanização do meio de pesquisa no qual, expressiva parte das pesquisas do meio internacional se voltam para temas estadunidenses e/ou europeus, nada obstante, em decorrência da exigência do curso de que a pesquisa seja realizada com viés internacional, o que por conseguinte nos fez excluir a presidenta Dilma Rousseff do nosso escopo de pesquisa. Ademais, existe também o fator cronológico que coloca a Hillary Clinton no epicentro do início do escândalo das *Fake News* políticas em 2016, fato que nos fez optar por tal linha de pesquisa.

Torna-se imperioso também ressaltar que não compactuamos com as políticas estadunidenses e, ou com as políticas defendidas por Hillary Clinton, apenas argumentamos que ela, como mulher, sofreu ataques por causa de seu gênero e que este tipo de ação pode afetar qualquer uma, independentemente de suas visões políticas.

3.1 MULHERES E CAÇA ÀS BRUXAS: A DOMINAÇÃO DAS MULHERES ATÉ OS DIAS DE HOJE

Assim como as *Fake News* evoluíram para ocupar diferentes meios midiáticos, a dominação das mulheres também se metamorfoseia para se adequar aos tempos.

A história sempre pertenceu aos homens. Estes ocuparam este espaço de discurso e construíram sua narrativa a partir de seus interesses, sendo um deles, a dominação das mulheres. Silvia Federici, em seu livro “Calibã e a bruxa”, se propõe a analisar a história de outra perspectiva, procurando ver como o capitalismo se construiu e se fortaleceu a partir de um longo processo de dominação do corpo proletário e, principalmente, do corpo feminino que foi colocado em um lugar de trabalho reprodutivo desvalorizado.

Federici (2004) inicia a “história da mulher e da reprodução na transição para o capitalismo” no momento de lutas camponesas contra o sistema feudal, no qual, as mulheres tiveram intensa participação. Este processo levou o Estado a instaurar a caça às bruxas na Europa, que teve seu apogeu entre 1530 e 1630, e que representou uma iniciativa de controlar a classe das mulheres, que representavam a resistência ao novo sistema capitalista, transformando-as no inimigo que deveria ser eliminado ou controlado.

> O que ainda não foi reconhecido é que a caça às bruxas constituiu um dos acontecimentos mais importantes do desenvolvimento da sociedade capitalista e da formação do proletariado moderno. Isso porque o desencadeamento de uma campanha de terror contra as mulheres, não igualada por nenhuma outra perseguição, debilitou a capacidade de resistência do campesinato europeu frente ao ataque lançado pela aristocracia latifundiária e pelo Estado, em uma época na qual a comunidade camponesa já começava a se desintegrar sob o impacto combinado da privatização da terra, do aumento dos impostos e da extensão do controle estatal sobre todos os aspectos da vida social. a caça às bruxas aprofundou a divisão entre mulheres e homens, inculcou nos homens o medo do poder das mulheres e destruiu um universo de práticas , crenças e sujeitos sociais cuja existência era incompatível com a disciplina do trabalho capitalista, redefinindo assim os principais elementos da reprodução social."(Federici,2017, p. 294)

Esta perseguição de bruxas foi introduzida de forma artificial na população por meio da ação do Estado e da igreja que criaram e espalharam o medo da prática de bruxaria. A mídia teve papel fundamental nesse processo pois, como afirma Federici (2017), este foi o primeiro processo de perseguição, na Europa, que utilizou a propaganda como meio de gerar pânico geral na população. Assim, as mulheres eram representadas em panfletos como bruxas em *Sabbats*, nuas e com feições demoníacas, normalmente velhas e em alguns casos devorando crianças ou às oferecendo ao demônio.

A perseguição conta também com um forte fator territorial, nota-se que a região de Essex, na Inglaterra, que teve a maior parte de seus territórios cercados no século XVI, foi também a região com o maior número de julgamentos por bruxaria no país. No início, as acusações de bruxaria fluíam das classes altas precursoras do capitalismo rural, que acusavam mulheres pobres pois, estas eram as que, nas aldeias e povos, perpetuavam na posição de "feiticeiras, curandeiras, encantadoras ou adivinhas" (Federici, 2017) os antigos modos de vida ligados à natureza e à magia que mantinham na população pobre a noção de controle da vida e dos seus destinos.

> [...] pois, ao recorrerem ao poder da magia, [as mulheres] debilitavam o poder das autoridades e do Estado, dando confiança aos pobres em sua capacidade de manipular o ambiente natural e social e, possivelmente, para subverter a ordem constituída. (Federici, 2017 p. 314)

A demonização da magia e a criminalização das mulheres foi a maneira encontrada para controlar a população e colocá-la contra si mesma, ao implantar o medo do diabo e das bruxas, o Estado e as forças no poder lograram conquistar a completa

mecanização do corpo proletário, afastando-o de seu sagrado e da natureza e tornando-o apenas mais uma peça do sistema capitalista.

Foi neste processo de tortura, fogueiras e perseguição que *"*se forjaram os ideais burgueses de feminilidade e domesticidade" (Federici, 2017, p. 334). Conquistada a degradação do corpo feminino, visto como impuro, perigoso e demoníaco, foi possível empurrar as mulheres para a função de reprodutoras de mão de obra e servidoras dos homens, sem direitos e dominadas dentro do espaço do lar.

A caça às bruxas foi, como demonstrado, um processo essencial para a construção da condição da mulher como objeto sujeita ao homem. Ressalta-se o essencial uso da mídia tanto para construir a imagem da mulher bruxa demonizada do século XVI, quanto para perpetuar estas imagens atualmente. Embora, não seja mais visto como aceitável torturar, matar e queimar mulheres na fogueira, os meios de dominação do corpo feminino se adaptaram aos tempos e utilizam as novas técnicas apresentadas, sendo as *Fake News* uma delas.

3.2 ESTUDO DE CASO: AS *FAKE NEWS* CONTRA HILLARY CLINTON

Para dar embasamento empírico ao debate elaborado neste trabalho, foi realizada uma pesquisa de dados no site Snopes.com, definido como, "*The definitive Internet reference source for researching urban legends, folklore, myths, rumors, and misinformation*"[3] e que foi utilizado na pesquisa sobre *Fake News* de Alcott and Gentzkow (2017).

O site funciona como um organismo de checagem de fatos de boatos e notícias e possui etiquetas que categorizam cada uma das checagens sendo elas: *True, Mostly true, Mixture, Mostly False, False , Unproven, Outdated, miscapitioned, correct attribution, misattributed, scam, legend,labeled satire, recall, e lost legend.*[4] Na pesquisa realizada foram encontradas checagens de notícias com as etiquetas *True, Mostly true, Mixture, Mostly False, False e Unproven,* cujas descrições e respectivas traduções podem ser encontradas no anexo 1.

[3] A fonte de referência definitiva da Internet para pesquisa de lendas urbanas, folclore, mitos, boatos e desinformação (Tradução nossa)

[4] Verdadeira, Majoritariamente verdadeira, Misturada, Majoritariamente falsa, Falsa, Não comprovada, Desatualizada, Mal interpretado, Atribuição correta, Mal atribuído, Golpe, Lenda, Rotulado, Sátira rotulada, Recall e Lenda perdida. (Tradução nossa).

Foram encontradas 114 checagens de fatos relacionadas à pesquisa das palavras “Hillary Clinton” no período definido entre 08/02/2016 até 08/11/2016 no site sendo que estas foram divididas em categorias, ligadas ao seu conteúdo como, por exemplo: política, gênero, raça, LGBTQIA+, relacionada à campanha ou indiretamente relacionada, nos casos em que a notícia não era sobre a Hillary Clinton, mas seu nome aparecia na manchete e seu teor afetava sua campanha eleitoral. Do total de checagens 66 foram etiquetadas como “*false*” pelo site, 14 “*mixture*”, 14 “*mostly false*”, 1 “*mostly true*”, 8 “*unproven*” e 11 “*true*”.

As checagens classificadas como possuindo teor de gênero somaram 38 e foram divididas em 6 categorias, também relacionadas com seus temas e em formas diferentes de se atacar uma mulher. A primeira categoria é a de “rivalidade feminina” e abarca checagens que tentam colocar Hillary Clinton e outra mulher (ou o movimento de mulheres) em discordância. Como exemplo temos a checagem *“Did Mother Teresa Teach Hillary Clinton a Lesson on Abortion?”*[5], postada em setembro de 2016, e *“Michelle Obama Scrubbed Hillary Clinton from Her Twitter Accounts”*[6], postada em novembro de 2016.

A categoria "envergonhar" abrange as checagens de notícias que utilizam estereótipos de gênero para envergonhar a candidata, colocando-a na posição de bruxa, puta ou velha e feia. Por exemplo, em outubro de 2016 a notícia *“Secret Service Agents Called Hillary Clinton 's Airplane ‘Broomstick One’*?”[7] checou a afirmação que indicava que Hillary Clinton é conhecida como uma bruxa pelo serviço secreto. Já outra notícia analisa a *Fake News* que afirmava que a candidata havia feito Topless em 1960 “*Hillary Clinton Went Topless in the 1960s?*”[8], além de outras que afirmam que ela “agarrou o saco”[9] de um homem, ou que ela “fez birra” [10] em rede nacional.

---

[5] “Madre Teresa de Calcutá ensinou uma lição sobre aborto à Hillary Clinton?” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/mother-teresa-hillary-clinton-abortion/

[6] “Michele Obama exclui Hillary Clinton de sua conta no Twitter” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/michelle-obama-scrubs-twitter/

[7] “Os agentes do serviço secreto chamaram o avião de Hillary Clinton de “Vassoura um” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-broomstick-one/

[8] “Hillary Clinton fez topless em 1960?” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-topless-1960s/

[9] “Wikileaks divulga possíveis fotos de Hillary Clinton agarrando a virilha de um homem” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-grab-crotch/

[10] “Hillary Clinton fez uma birra com Matt Lauer? (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-threw-a-tantrum-with-matt-lauer/

A outra categoria, nomeada de “incapacidade”, representa a checagem de notícias que afirmavam que Hillary utilizava algum tipo de dispositivo durante os debates para auxiliá-la, dando a entender que ela era incapaz de articular seus pensamentos sozinha e sem ajuda externa. *“Hillary Clinton Used a Teleprompter During the Presidential Debate?”*[11] e *“Hillary Clinton Wore Secret Earpiece During First Presidential Debate?”*[12], checadas em setembro de 2016, exemplificam essa categoria.

Na categoria “Saúde”, foram colocadas as checagens de notícias relacionadas à saúde da candidata e sua impossibilidade de ser presidente. Esta categoria será melhor analisada mais à frente no capítulo.

A categoria “Religião” apresenta apenas duas notícias e são voltadas para a comunidade islâmica e a questão do Hijab. Nelas estão evidenciados os preconceitos contra mulheres islâmicas. E, a categoria “Sem categoria”, contém notícias que possuem teor de gênero porém, não se encaixam em nenhuma das categorias acima, por exemplo, notícias relacionadas à temática LGBTQIA+, nas quais, Hillary Clinton diz ser contra o casamento igualitário: “Does Hillary Clinton Still Secretly Oppose Marriage Equality?”[13] e "Hillary Clinton: ‘Marriage Is Always Between a Man and a Woman"[14]‘. A primeira notícia foi checada como falsa e a segunda, referente a uma entrevista de 2013, como Verdadeira. Todas as notícias pesquisadas estão listadas na tabela[15] em apêndice.

Como escopo desta pesquisa, serão analisadas as checagens de notícias categorizadas como Gênero/saúde, levando em conta o trabalho elaborado por Stabile,Grant, Purohit e Harris (2019) que, demonstra a presença de misoginia nos discursos, voltados à explorar a condição de saúde da candidata Hillary Clinton. Estas especulações sobre o tema têm origem em 2012, quando um site de notícias falsas reportou que Hillary havia sofrido um acidente de avião. Desde então, a condição de

---

[11] “Hillary Clinton usou um teleprompter durante o debate presidencial?” (Tradução nossa)https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-teleprompter-debate/

[12] “Hillary Clinton usou um fone de ouvido secreto durante o primeiro debate presidencial? (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/clinton-secret-earpiece-debate/

[13] “Hillary Clinton Ainda se Opõe Secretamente ao Casamento Igualitário?” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-secretly-opposes-equality/

[14] Hillary Clinton: ' Casamento é Sempre Entre Um Homem e Uma Mulher' (Tradução Nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-marriage-is-always-between-a-man-and-a-woman/

[15] A tabela foi elaborada durante a pesquisa e contém as 114 notícias analisadas. Ela se encontra em documento apêndice, aberto para todas.

saúde da candidata tem sido questionada e, em 2016, o seu concorrente Donald Trump utilizou este discurso para atacá-la. No discurso abaixo, ao dizer que a candidata não tem "stamina "o suficiente, Donald Trump reforça a noção de que as mulheres são fracas e não possuem energia e força para ocupar cargos de poder.

> During the first Presidential debate on September 26, 2016, Trump argued that Clinton did not have the "look" to be President and stated "[s]he doesn't have the stamina. To be President of this country, you need tremendous stamina."[16] (Chan, 2016. apud Stabile, Grant, Purohit e Harris, 2019. p. 7)

Durante o período eleitoral, foram checadas 15 notícias que tinham como teor a situação de saúde da candidata, sendo apenas uma verdadeira, relacionada ao dia 11 de setembro de 2016, quando ela teve que se retirar de um evento devido a um problema médico, que depois foi diagnosticado como pneumonia. A partir deste episódio, o número de teorias da conspiração e *Fake News* sobre sua saúde aumentaram e uma das notícias *"Hillary Clinton Is Actually Dead and Has Been Cloned"*[17] afirma que Clinton havia morrido e sido substituída por um clone. Também se afirmou que ela tinha demência e que lhe restava apenas um ano de vida em "Hillary Clinton Diagnosed with Vascular Dementia, Has One Year to Live?"[18] . Já a notícia "Was Hillary Clinton Seriously Injured in a Secret Plane Crash?"[19] retornou ao tema do suposto acidente de avião que a teria deixado inválida desde 2012.

Porém, antes do episódio da pneumonia, já circulava uma foto na qual ela supostamente estava incontinente em "Photograph of 'Incontinent' Hillary Clinton"[20], suspeitas de que ela estava com doença de Parkinson na notícia, "Did a Physician Confirm Hillary Clinton Has Parkinson 's Disease?"[21], outra na qual usava um

---

[16] Durante o primeiro debate presidencial em 26 de setembro de 2016, Trump argumentou que Clinton não tinha o "olhar" para ser presidente e afirmou "ele[a] não tem resistência". Para ser presidente deste país, você precisa de uma tremenda resistência." (Tradução nossa)

[17] "Hillary Clinton Está Morta e Foi Clonada" (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-dead-and-cloned/

[18] "Hillary Clinton Foi Diagnosticada Com Demência Vascular e tem Um Ano de Vida?" (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-1-year-to-live/

[19] "Hillary Clinton Ficou Seriamente Machucada Após Acidente Secreto de Avião?" (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-secret-plane-crash/

[20] "Fotografia da 'Incontinente' Hillary Clinton"(Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/photograph-incontinent-hillary-clinton/

[21] "Um Médico Confirmou que Hillary Clinton Tem Doença de Parkinson?" (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-has-parkinsons-disease/

desfibrilador em, “Hillary Clinton Wears a Defibrillator?”[22] e imagens da candidata subindo escadas com dificuldade, “Photograph of Hillary Clinton Slipping on Stairs Circulated as Proof of Poor Health”[23]. Todas com a intenção de diminuir a capacidade física de Hillary Clinton, em comparação com seu concorrente Donald Trump, reforçando estereótipos sexistas sobre as mulheres.

Os exemplos acima são apenas algumas *Fake News* que circularam na internet durante o período da campanha eleitoral dos Estados Unidos. Nota-se que, o objetivo destas é desmoralizar a candidata a partir de diferentes frentes. Por um lado, com notícias que afetem sua base de apoio eleitoral, no caso, mulheres e minorias sociais, que poderiam se sentir afetadas por temas como estupro e questões LGBTQIA+, por exemplo. Já, por outro lado, com notícias que reforçam a rejeição dos apoiadores de seus concorrentes, mostrando-a como uma mulher fraca, doente ou intragável.

Independente do uso ou público-alvo, é notável, o uso indiscriminado de estereótipos de gênero para construir tais *Fake News, demonstrando que quando se é mulher, não importa a ideologia, se sair do ambiente do lar, poderá ser atacada.*

4. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Nos últimos anos, o debate sobre *Fake News* veio à tona com pesquisadoras tentando entender a nova geração de notícias falsas que estava nascendo, fundamentada na internet e no uso de algoritmos para aumentar o alcance das mensagens. Neste processo, as minorias sociais não foram poupadas, os preconceitos e estereótipos existentes na sociedade foram massivamente usados como forma de criar discursos falsos ou confusos.

Nesta pesquisa, o tema de gênero foi escolhido, porém, a tentativa dos poderes de diminuir e impedir o crescimento das minorias acontece em qualquer categoria de análise escolhida. Pois, a sociedade, a história e o poder são masculinos, brancos, cis, heteros e ricos e, aos outros, não é permitido o espaço de protagonismo.

Se, na idade média, a forma de dominar o corpo proletário foi a caça às bruxas, a fome e a inquisição, hoje, o discurso de caça está em todos os lugares, nos celulares

---

[22] “Hillary Clinton Usa Um Desfibrilador?” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-defibrillator/

[23] “Fotografia de Hillary Clinton Escorregando nas Escadas Circulam Como Prova de Sua Saúde Fraca.” (Tradução nossa) https://www.snopes.com/fact-check/hillary-clinton-slipping-on-stairs/

dos indivíduos, reforçando paulatinamente quem pode comandar e quem deve obedecer. As *Fake News* são apenas mais uma ferramenta do sistema perverso neoliberal de controlar nossos corpos, por meio da confusão e do medo e é por isso que seus criadores não possuem escrúpulos, ao utilizar os meios mais sórdidos de estereotipação e preconceitos possíveis.

Nesse novo cenário, o trabalho dos sites de checagem de notícias é essencial para documentar tais tentativas e criar espaços de pesquisas seguras para que a população possa lutar contra a grande desinformação que afeta nossa era.

Referências

ABAD, Carlos Salas. **La primera '*Fake News*' de la historia. Historia y Comunicación Social**, [S.L.], v. 24, n. 2, p. 411-431, 4 nov. 2019. Universidad Complutense de Madrid (UCM). Disponível em: http://dx.doi.org/10.5209/hics.66268. Acesso em: 12 out. 2021

Adorno, Guilherme & da Silveira, Juliana (2018). **Pós-Verdade e *FakeNews*: Equívocos do Político na Materialidade Digital**. *Anais Do SEAD* 8:1-6.

ALESSANDRA, Karla. **Violência na política afasta as mulheres, diz especialista**. Agência Câmara de Notícias, 2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/noticias/693968-violencia-na-politica-afasta-as-mulheres-diz-especialista/. Acesso em: 12 de out de 2021

ALI, Aran. **Here 's What Happens Every Minute on the Internet in 2020**. 2020. Disponível em: https://www.visualcapitalist.com/every-minute-internet-2020/. Acesso em: 06 dez. 2020.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. **Social Media and *FakeNews* in the 2016 Election. Journal Of Economic Perspectives**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 211-236, 1 maio 2017. American Economic Association. Disponível em: http://dx.doi.org/10.1257/jep.31.2.211. Acesso em: 12 out. 2021.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus Editorial, 1994. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=YODWbhZWBRIC&oi=fnd&pg=PA11&dq=espreme+que+sai+sangue&ots=t04Wy61ooQ&sig=l5rXVnxiAkaTM9YmcsvtNURp-nI#v=onepage&q=espreme%20que%20sai%20sangue&f=false. Acesso em: 06 dez. 2020.

BAKER, Toby. ***Fakenews*: What is it, and how can we tackle it?** 2017. Disponível em: https://www.nesta.org.uk/blog/fake-news-what-is-it-and-how-can-we-tackle-it/ . Acesso em: 06 dez. 2020.

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. **Desinformação e circulação de "*Fakenews*": distinções, diagnóstico e reação.** Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, n. XIX ENANCIB, 2018. Disponível em: http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819. Acesso em: 12 out. 2021.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos, Como as *Fakenews*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições**. Vestígio, 2019.

ERHARDT, A. **A prática do Zero Rating e o Princípio da Neutralidade de Rede previsto na Lei nº 12.965/14: reflexões sobre o fenômeno da inclusão digital e o desenvolvimento de novas tecnologias.** Journal of Law and Regulation, *[S. l.]*, v. 2, n. 1,p.343–358,2016.Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/rdsr/article/view/19262. Acesso em: 12 out. 2021.

GADELHA, Rejane; KERR, Roberta. **A Pequena Política e as *FakeNews* contra a Candidata Mulher nas Eleições Presidenciais de 2018.** Encontros Com A Filosofia, Niteroi, v. 10, n. 10, p. 1-21, 24 jul. 2019. Disponível em: https://periodicos.uff.br/enfil/article/view/29475. Acesso em: 12 out. 2021.
INTERNATIONAL, Telecommunication Union (2019). **Measuring digital development. Facts and figures 2019**. Geneva: ITU.

KOHN, Karen; MORAES, Cláudia Herte de. **O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, v. 30, n. 3, p. 1-13, set. 2007. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Claudia-Moraes-2/publication/238065799_O_impacto_das_novas_tecnologias_na_sociedade_conceitos_e_caracteristicas_da_Sociedade_da_Informacao_e_da_Sociedade_Digital1/links/58f409060f7e9b6f82e7c45c/O-impacto-das-novas-tecnologias-na-sociedade-conceitos-e-caracteristicas-da-Sociedade-da-Informacao-e-da-Sociedade-Digital1.pdf. Acesso em: 15 set. 2021.
LEWIS, Helen. **Did *Fakenews* on Facebook swing the US election?** Newstatesman. London, p. 1-1. 17 nov. 2016. Disponível em: https://www.newstatesman.com/world/2016/11/did-fake-news-facebook-swing-us-election. Acesso em: 06 dez. 2020.

LUGÃO, Ana Luiza. **JORNALISMO SENSACIONALISTA: O PROGRAMA BRASIL URGENTE EM CENA**. 2010. 31 f. Monografia (Especialização) - Curso de Comunicação Social, Centro Universitário de Brasília – Uniceub, Brasília, 2010.

MARTON, Fábio. **Como Datena e os programas pinga-sangue ensinaram os evangélicos fundamentalistas a odiar: os programas sensacionalistas educaram o brasileiro no ódio ao bandido e parecem ter alcançado de forma particular o coração dos fundamentalistas**. The Intercept Brasil**.** 28 ago. 2020. Disponível:https://theintercept.com/2020/08/28/programas-pinga-sangue-evangelicos-fundamentalistas-crentes/. Acesso em: 06 dez. 2020.

OXFORD LANGUAGES (org.). **Word of the Year 2016**. 2016. Disponível em: https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/. Acesso em: 06 dez. 2020.

ROBBINS, Mel. **Hillary Clinton lost because of sexism.** CNN, 2017. Disponível em: https://edition.cnn.com/2017/05/03/opinions/hillary-clinton-interview-sexism-robbins/index.html. Acesso em: 12 de out de 2021.

SCOTT, Joan Wallach. **"Gênero: uma categoria útil de análise histórica".** Educação & Realidade. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, jul./dez. 1995, pp. 71-99. Revisão de Tomaz Tadeu da Silva a partir do original inglês (SCOTT, J. W.. Gender and the Politics of History. New York: Columbia University Press, 1988. PP. 28-50.), de artigo originalmente publicado em: Educação & Realidade, vol. 15, nº 2, jul./dez. 1990. Tradução da versão francesa (Les Cahiers du Grif, nº 37/38. Paris: Editions Tierce, 1988.) por Guacira Lopes Louro.

Seixas, R. **Gosto, Logo Acredito: O Funcionamento Cognitivo-Argumentativo das *FakeNews*.** Cadernos de Letras da UFF, v. 30, n. 59, p. 279-295, 21 dez. 2019.

SILVERMAN, Craig. **Here Are 50 Of The Biggest *FakeNews* Hits On Facebook From 2016**. Disponível em: https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/top-fake-news-of-2016 Acesso em: 15 set 2021

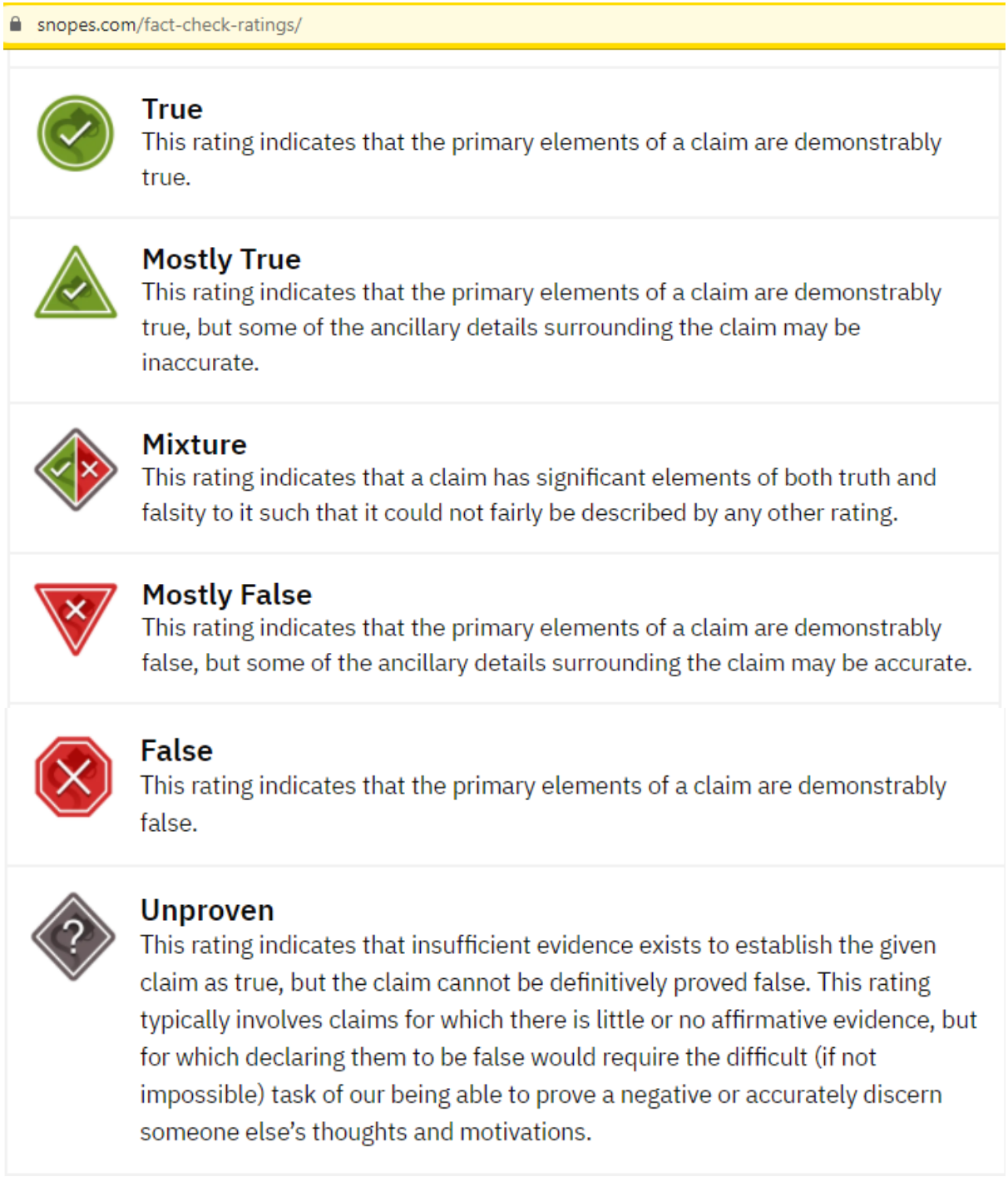
Stabile, Bonnie & Grant, Aubrey & Purohit, Hemant & Harris, Kelsey. **Sex, Lies, and Stereotypes: Gendered Implications of *FakeNews* for Women in Politics**. Public Integrity. v. 21. p. 1-12, 2019.

TALBOT, Margareth. **2016's Manifest Misogyny**. The New Yorker, 2016. Disponível em: https://www.newyorker.com/magazine/2016/10/24/2016s-manifest-misogyny. Acesso em: 12 de out. de 2021.

WARDLE, Claire. ***Fakenews*. It's complicated.** 2017. Disponível em: https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/ . Acesso em: 06 dez. 2020.

WARREN, James. **IS THE MEDIA COVERAGE OF HILLARY'S HEALTH SCARE SEXIST?**. Vanity Fair, 2016. Disponível em: https://www.vanityfair.com/news/2016/09/is-the-media-coverage-of-hillarys-health-scare-sexist. Acesso em: 12 de out. de 2021.

ANEXO 1 - ETIQUETAS UTILIZADAS PELO SITE SNOPES.COM



Tradução do Anexo:
Verdadeiro: Esta classificação indica que os elementos primários de uma afirmação são comprovadamente verdadeiros.

Majoritariamente verdadeira: Esta classificação indica que os elementos primários de uma afirmação são comprovadamente verdadeiros, mas alguns dos detalhes auxiliares que envolvem a afirmação podem ser imprecisos.

Misturada: Esta classificação indica que a afirmação possui elementos significativos tanto de verdade quanto de falsidade, de forma que não poderia ser descrita de forma justa por qualquer outra classificação.

Majoritariamente falsa: Esta classificação indica que os elementos primários de uma afirmação são comprovadamente falsos, mas alguns dos detalhes que envolvem a afirmação podem ser verdadeiros.

Falsa: Esta classificação indica que os elementos primários de uma afirmação são comprovadamente falsos.

Não comprovada: Esta classificação indica que não há evidências o suficiente para estabelecer a afirmação como verdadeira, porém a afirmação não pode ser definitivamente provada como falsa. Esta classificação geralmente envolve afirmações para as quais há pouca ou nenhuma evidência afirmativa, mas para as quais declará-las falsas exigiria a difícil (se não impossível) tarefa de sermos capazes de provar um pensamento negativo ou discernir com precisão os pensamentos e motivações de outra pessoa. (Tradução nossa).

https://www.snopes.com/fact-check-ratings/ acessado 13/05/2021