

***Fake news*, uma realidade que chega ao parlamento – análise a partir do projeto de lei PLC 28/2017 e sua tramitação no Senado Federal**

Autora: Mariana Miranda Tavares

Resumo

As *fake news*, do inglês notícias falsas, têm sido um dos mais importantes debates da comunicação social atualmente, em especial pelo impacto político que trazem. O objetivo deste artigo é analisar o impacto das *fake news* no posicionamento e discursos de senadores na votação do projeto de lei PLC 28/2017. O projeto em questão aborda tema bastante relevante e discutido: o uso de aplicativos de mobilidade urbana no Brasil, como Uber, Cabify e outros.

Abstract

In the present day, the fake news has been one of the most important debates in studies about mass media and communication, especially because the political impact they bring. The objective of this article is analyze the impact of fake news on the positioning and speeches of senators during lawmaking process bill PLC 28/2017. The project in question addresses a very relevant and discussed theme: the use of urban mobility applications in Brazil, such as Uber, Cabify and others.

Palavras-chave: *Fake news*. Legislativo. Projeto de lei. Notícias falsas. Estudos de comunicação. Uber. Taxistas. Mobilidade urbana. PLC 28/2017. Senado Federal. Senadores.

## Introdução

O impacto de notícias falsas, mundialmente conhecidas como *fake news*, no contexto político e a velocidade atual com que estas se espalham têm sido um dos mais importantes debates da comunicação social atualmente. Essa discussão surgiu a partir do que foi vivenciado por eleitores e candidatos em algumas das mais intrigantes disputas eleitorais dos últimos tempos. E tem trazido impactos também no ambiente legislativo.

O objetivo deste artigo é analisar o impacto das *fake news* no posicionamento e discursos de senadores na votação do projeto de lei PLC 28/2017. O projeto em questão aborda tema bastante relevante e discutido: o uso de aplicativos de mobilidade urbana no Brasil, como Uber, Cabify e outros.

## Contextualização

Ao longo do artigo utiliza-se, prioritariamente, o termo *fake news* – notícias falsas espalhadas pela internet, que por sua natureza são diferenciadas das notícias falsas já conhecidas no campo da Comunicação –, por ser este o adotado nas discussões legislativas no Brasil e por traduzir melhor o tipo de comunicação da qual falamos. Como o estudo aborda o debate no contexto legislativo, entende-se mais adequado usar este termo já reconhecido no parlamento.

As *fake news* representam, desde as últimas eleições dos EUA e França, uma forte mudança no contexto eleitoral. Para alguns estudiosos, tanto cientistas políticos, como comunicólogos, esse tipo de notícia foi um dos principais fatores que influenciou no resultado final das eleições nesses países. As *fake news* também foram significativas – tanto em volume como em impacto percebido por estudiosos – nas eleições do Brexit, que foi o plebiscito sobre a saída do Reino Unido da União Européia. Com a validação das saída ocorreu ainda a troca de primeiro-ministro na Inglaterra.

É nesse contexto, que este artigo analisa como as *fake news* repercutem no ambiente legislativo, mais ainda, como repercutem e podem impactar resultados de projetos de lei em tramitação nas Casas legislativas no Brasil. Entender o contexto dessas notícias falsas no ambiente legislativo é importante para saber como o Senado Federal pode contribuir ou não na sua disseminação ou extinção. Este artigo permite compreender melhor o papel que os comunicadores que atuam diretamente nesta instituição ou que cobrem o que acontece nos meios políticos, podem ter na formação, disseminação e compreensão das *fake news*. E

isso tem importante função para entender melhor o papel do Senado Federal e dos meios de comunicação oficiais nesse processo.

Para estruturar um recorte adequado à proposta buscou-se um projeto de alto impacto social e com repercussão no parlamento. Também foi necessário considerar a necessidade de que o projeto já tivesse concluído seu trâmite no Senado para que tivesse uma análise mais adequada. Da mesma forma, até por ser tratar de um trabalho de final do curso de extensão em Comunicação, Legislativo e Sociedade do Instituto Legislativo Brasileiro (ILB) do Senado Federal, buscou-se ações realizadas nesta Casa legislativa.

Foi definido um recorte temporal claro para a análise dos dados, que compreende a tramitação do projeto no Senado Federal. Assim, o estudo é focado no período entre 04/04/2017 e 01/11/2017. Levantamos notícias na internet e nos veículos oficiais do Senado, pronunciamentos parlamentares e postagens em redes sociais (*Facebook e Twitter*), inclusive informações compartilhadas pelos senadores nessas redes. O estudo analisou os 10 primeiros resultados de links em site de buscas na internet, além de pronunciamentos de senadores no período do estudo. Também consideramos no *Twitter e Facebook* as cinco postagens mais compartilhadas e comentadas sobre o tema em cada rede.

Os textos foram analisados considerando aspectos estruturais e definições da literatura sobre o que é ou não notícia, conceitos de informação e teorias relacionadas. Foram considerados valor notícia, verdades e mentiras em cada texto, diferença entre notícia e opinião observando diferenças conceituais de cada um desses modelos e temas estudados ao longo do curso Comunicação, Legislativo e Sociedade. Também se buscou nos pronunciamentos, declarações e comunicações dos senadores, tudo o que demonstrasse relação com alguma das informações circulantes por essas notícias e quais eram repercutidas pelos parlamentares, mesmo quando eram claramente informações falsas, equivocadas ou *fake news*. Com isso, foi possível construir uma análise mais completa de como essas informações falsas impactaram a posição dos senadores sobre o projeto.

Para este estudo utilizou-se como base teórica os autores McLuhan (2003), Wolf (1995) e Pignatari (2002) na análise do que é informação, notícia, valor notícia e comunicação, bem como as teorias que se relacionam com o contexto desse estudo; Castells (2005), Castells (2006) e Levy (2005) para debater a disseminação da informação pela rede mundial de computadores; e Gomes (2004) no levantamento de informações sobre o impacto das novas formas de comunicação no contexto político.

Ao começar a análise sobre *fake news* optou-se por partir da premissa, importante e válida, em especial no contexto de disseminação de informação “(...) que os homens só absorvem a informação de que sentem necessidade e/ou lhe seja inteligível” (PIGNATARI, 2002). Ao colocar essa afirmação como premissa busca-se reconhecer que, mesmo sendo falsas, as *fake news* representam essencialmente uma informação necessária e inteligível para quem tem interesse nelas. E esse é um dos mais importantes pontos nesse debate.

É realidade, também, que inverdades, mentiras escancaradas e até mesmo notícias falsas sempre existiram. Alguns exemplos são clássicos, como a primeira informação sobre o assassino do presidente norte-americano Jonh Kennedy, ou ainda as diversas notícias positivas sobre a vitória dos Estados Unidos na Guerra do Vietnã. No entanto, essas notícias se distinguem das *fake news* sob alguns aspectos básicos e diretamente relacionados aos estudos da Comunicação. Notícias falsas, como as listadas produziam um impacto muito menor em função do próprio meio em que aconteciam, um ponto sempre destacado por McLuhan (1964) de que é impossível estudar os efeitos da comunicação sem se considerar sempre o meio em que se inserem, pois, o meio é, muitas vezes mais que apenas o conteúdo, o verdadeiro foco da mensagem.

Aqui, no contexto das *fake news*, claramente o meio tem impacto fundamental. Isso porque “a internet é o meio de comunicação local-global mais livre que existe, permitindo descentralizar os meios de comunicação de massa (...) A internet é fundamentalmente um espaço social cada vez mais amplo e diversificado” (CASTELS, 2005). E é exatamente nesse meio que esse novo conceito de notícia falsa ganha impacto. O próprio modelo de comunicação adotado pela internet colabora sensivelmente com a propagação das *fake news*, que usam chamadas curtas e de grande impacto.

Cabe reforçar ainda que outra razão pela qual as antigas notícias falsas preocupavam menos, é que o foco delas se concentrava no valor notícia, ainda que falso. As atuais *fake news* se concentram na construção da mensagem tipicamente replicável e de alto impacto. O objetivo deixa de ser o valor notícia e passa a ser o potencial público a ser atingido pela mensagem propositadamente falsa e mentirosa. O ponto relevante da análise é que as *fake news* são uma estratégia e não um erro, fortalecendo a ideia de que “a comunicação é intencional e tem por objetivo obter um determinado efeito (...) sistematicamente relacionado com o conteúdo da mensagem” (WOLF, 1995).

Dentro do contexto político, as *fake news* se tornaram uma realidade que tem relação direta com a própria transformação da política, “afinal, são numerosas as evidências de que muito se mudou na política contemporânea e sob muitos aspectos” (GOMES, 2004). E um exemplo de como essa mudança agregou a comunicação e esse modelo de *fake news* ocorreu na última eleição estadunidense. Por diversas vezes, a candidata Hillary Clinton se viu atingida por notícias claramente feitas com o objetivo de circularem pela internet e que traziam dados mentirosos e eram usadas por correligionários de Donald Trump. O mesmo acontecia com *fake news* pró-Trump. Após as eleições, a informação de que essas notícias foram, por diversas vezes, inventadas por jovens<sup>1</sup> apenas para atrair cliques para suas páginas na internet, e com isso atrair dinheiro, provocou um amplo debate sobre como torná-las menos impactantes ou como combatê-las.

Ao longo do estudo, foi possível perceber que estudar as *fake news* mostrou-se algo bem mais complexo do que apenas dizer que se trata de uma notícia falsa, ou uma notícia com informações falsas. Diferenciar umas das outras também é importante. Nesse sentido, cumpre destacar o contexto em que se insere a discussão sobre o PLC 28/2017 que culminou na aprovação do projeto de regulamentação dos aplicativos de mobilidade urbana pelo Senado Federal. Em função das emendas<sup>2</sup> feitas pelos senadores, o projeto voltou à Câmara do Deputados para nova votação.

O debate sobre o uso de aplicativos móveis no transporte individual privado e remunerado começa com a chegada ao Brasil do aplicativo para celulares Uber. O aplicativo permite que o cliente informe um grupo de motoristas particulares (não são taxistas) sobre sua necessidade de deslocamento. O próprio aplicativo permite que um motorista aceite o trabalho e já informa aos dois lados envolvidos (passageiro e motorista) qual o valor daquela viagem. A cobrança, também é feita via aplicativo por cartões de crédito e, atualmente, já em dinheiro. O grande ponto é que a legislação brasileira prevê que essa função de trabalhar com viagens individuais pagas é exclusiva para taxistas. A Uber diz que não funciona como empresa de transporte, tanto que não possui veículos ou motoristas e,

---

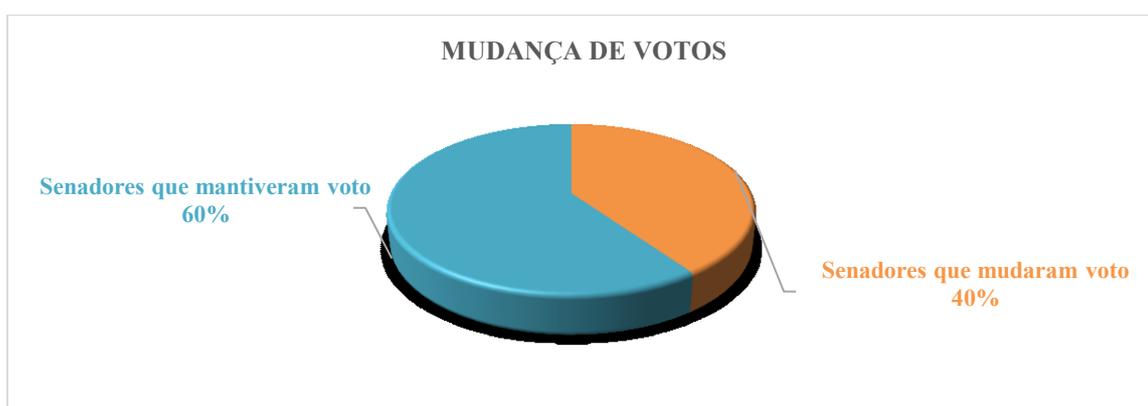
<sup>1</sup> Muitas dessas notícias foram criadas por jovens do leste europeu, norte da África e outras regiões apenas com o objetivo de ganharem dinheiro com cliques em seus sites. Atualmente muitas redes sociais e empresas de publicidade pagam por cliques em anúncios. Notícias falsas e com texto com potencial de serem replicados geram esses recursos. Aqui documentário do programa Que Mundo é Esse do canal GloboNews acessado pelo YouTube em 24 de novembro de 2017 às 00h13 pelo link <https://youtu.be/k4urpUUcaDI>

<sup>2</sup> Termo próprio do poder legislativo usado para designar alterações feitas no projeto de lei.

portanto, não deve seguir essa lei. Os taxistas reforçam que eles são, sim, empresa de transporte, pois esse é o negócio que ofertam, ainda que de modo diferenciado.

### **Análise dos dados**

A análise das notícias e dos dados coletados mostrou que ao todo mais de 20 senadores acabaram modificando seus votos ou avaliações iniciais. Vale destacar que aqui estão também os que foram identificados em algum lado, mesmo sem a confirmação do parlamentar. Alguns casos foram sensivelmente notados como Airton Sandoval, José Serra e Marta Suplicy que chegaram a apoiar abertamente a campanha pelo voto NÃO, em e-mail enviado a clientes de aplicativos pelas empresas, e que acabaram votando SIM. Alguns outros que foram divulgados como apoiadores dos taxistas, votaram pela inclusão de emendas claramente favoráveis aos aplicativos, como os casos de Renan Calheiros e Paulo Paim. Além destes, o próprio relator da matéria no Senado, senador Pedro Chaves e a senadora Regina Sousa surpreenderam ao votar contra a matéria e, com isso, apoiar os aplicativos. O senador Pedro Chaves, inclusive, mesmo votando contra o projeto deu entrevista à Rádio Senado elogiando a aprovação.



Muitas dessas mudanças ocorreram em função da movimentação popular e da intensa mobilização social, inclusive com o uso de *hashtags*<sup>3</sup> para auxiliar na circulação das mensagens, algumas com uso de *fake news* para viralizarem. Na pesquisa ficou claro que as mudanças de posição não foram divulgadas para os eleitores e apenas o senador Paulo Paim deixou claro isto aos eleitores.

*E tanto com os taxistas, como com o pessoal do Uber eu dialoguei. E ambos me disseram: "O Senador Acir Gurgacz, com a emenda que ele está apresentando, vai achar um caminho para a gente construir o entendimento." Foi por isso que eu tirei o meu requerimento que pedia que fosse à Comissão de Direitos Humanos e retirei também o requerimento que pedia outra audiência pública. Ambos entenderam que o melhor caminho era eu acompanhar V.Ex<sup>a</sup>, e eu o fiz com a maior tranquilidade''<sup>4</sup>*

A pesquisa também mostrou que a maior presença das *fake news* nesse assunto se concentrou na rede social *Facebook*. Das quinze postagens sobre o tema analisadas na rede; escolhidas em função do volume de compartilhamento, curtidas e comentários; todas tinham uma ou várias informações falsas. No *Twitter*, das quinze postagens mais repercutidas oito tinham informações falsas ou links para fake news.

Alguns exemplos foram bastante contundentes como um post do MBL – Movimento Brasil Livre – que trazia, segundo eles, uma lista de senadores que votariam contra os aplicativos de transporte. Há um dia da votação, o post se mostrou um clássico exemplo de *fake news* com chamada que tenta atrair pela ideia de escândalo, uso de fontes chamativas, textos curtos e link para uma página que não se concentrou nos fatos reais. A postagem, que na rede tem o nome de *post*, trazia a informação de 15 senadores que votariam contra os aplicativos, ou seja NÃO. Na ordem, os senadores mostrados são: Renan

---

<sup>3</sup> Termo usado para designar uma palavra ou frase usada na internet com o objetivo de facilitar as buscas por um tema ou debate. No caso em questão as hashtags foram #juntospelamobilidade #nãoaleidoretrocesso #soutaxistacomorgulho #taxiélegal.

<sup>4</sup> Paulo Paim em pronunciamento no plenário no dia 17 de outubro de 2017 durante aparte na fala do senador Acir Gurgacz

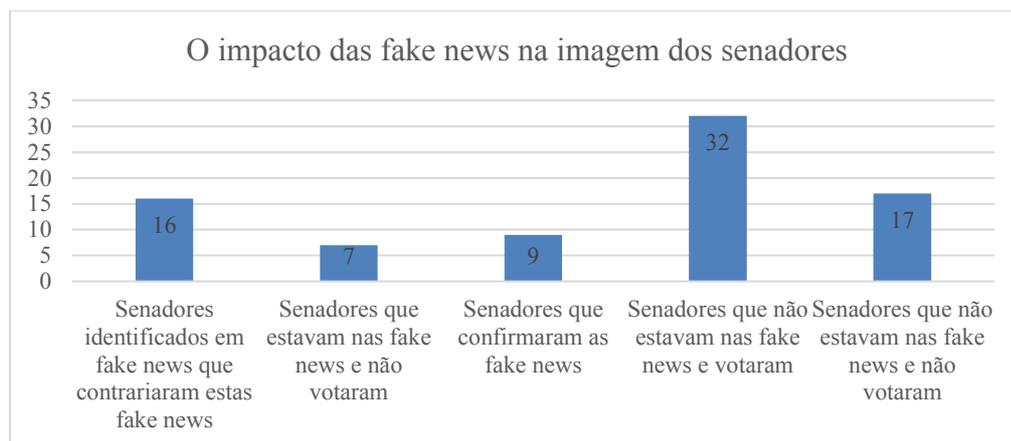
Calheiros, Eduardo Braga, Vanessa Graziotin, Lídice da Mata, Fernando Pimentel, Hélio José, Lúcia Vânia, João Alberto Souza, Humberto Costa, Gleise Hoffman, Regina Sousa, Roberto Requião, Lindbergh Farias, Paulo Paim e Fátima Bezerra.



Figura 1 - Post do Facebook - Página MBL – Exemplo de Fake News

Sem entrar no mérito do *post* e nem nas discussões sobre o debate, existem dois votos claramente contrários ao que está mostrado. As senadoras Fátima Bezerra e Regina Souza votaram NÃO, ou seja, a favor dos aplicativos de transporte. Para completar os senadores Eduardo Braga, Renan Calheiros, João Alberto Souza, Paulo Paim, Lúcia Vânia, Hélio José e Lídice da Mata votaram favoravelmente às emendas que ajudaram os aplicativos. Em um único post, 23.123 pessoas (número que soma curtidas, comentários e compartilhamentos) interagiram com uma informação falsa. Dos 15 senadores mostrados como contrários aos aplicativos, nove deles foram favoráveis.

Vale observar aqui o impacto de um post como esse na imagem dos parlamentares envolvidos. E quando observamos o volume de informação falsa que foi transmitida e como podem ter se propagado entendemos o verdadeiro impacto político das novas formas de comunicação. Fica cada vez mais evidente que “a política ter-se-ia transformado completamente em função da onipresença dos meios e da comunicação de massa. Em todo lugar se proclama a nova política, completamente midiática ou espetacular ou de imagem, que teria substituído, para o bem ou para o mal, formas políticas anteriores...” (GOMES,2004).



Ao todo, foram 10 pronunciamentos em plenário, 14 discursos no dia da votação e apenas 16 menções ao tema nas redes sociais dos parlamentares. Nas redes sociais, o comum foi a divulgação dos discursos que antecederam à votação, caso do senador Ricardo Ferraço ou menções no *Twitter* ao que estava acontecendo na votação, caso do senador Cristovam Buarque e ainda vídeo sobre o debate ocorrendo no Senado como o feito no YouTube pelo senador Lindbergh Farias. Em todas as situações também foi observado o uso de algum argumento falso conforme os dados oficiais.

No Senado, os senadores Paulo Paim e Reguffe foram os que mais debateram em plenário a questão com três falas e mais dois apartes cada um. Em todos os pronunciamentos analisados os senadores citaram alguma informação que não era verdadeira surgida tanto em *fake news* de taxistas contrários ao Uber como de aplicativos contrários à regulamentação. As informações falsas partiram dos dois lados do debate. A informação falsa mais repetida, inclusive contabilizando as redes sociais, foi de que ao contrário dos taxistas, os motoristas dos aplicativos não pagam impostos e fazem concorrência desleal.

*O abastecimento de uma empresa internacional em detrimento dos nossos taxistas, muitos deles taxistas de profissão, Senador Lindbergh – são taxistas de profissão. Alguns desses motoristas já estão na terceira geração, na terceira geração. Agora, vem aí essa empresa internacional com uma concorrência desleal, Presidente – a concorrência é desleal, totalmente desleal –, contra os nossos taxistas.<sup>5</sup>*

<sup>5</sup> Senador Telmário Mota em pronunciamento no dia 25 de outubro de 2017 citando a concorrência desleal

A segunda informação falsa mais repetida, também contabilizando redes sociais, foi a de que os taxistas são contrários aos aplicativos porque formam uma máfia, um cartel e a liberação dos aplicativos era favorável aos consumidores porque a concorrência naturalmente reduz o preço.

*O aumento da concorrência tende a, num ponto futuro, abaixar o preço do serviço oferecido e a melhorar a qualidade desse serviço. Eu tenho muitos amigos taxistas, não tenho nada contra os taxistas, mas os aplicativos, o Uber veio para aumentar a concorrência. Cabe aos táxis melhorarem a qualidade do serviço que oferecem, reduzir os preços. Uma coisa é o Uber pagar tributos. Tem que ser regulamentado, sim.<sup>6</sup>*

É interessante pensar que nenhum dos senadores usou a tribuna para rebater qualquer dessas informações. Mesmo os senadores que não mudaram suas posições desde o primeiro momento apresentaram, como argumentos aos seus votos, informações que os estudos do próprio Senado apontaram como falsas.

Em relação à primeira afirmação os dados do site do Senado Federal e do CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) – em estudos oficiais das duas instituições – mostra que taxistas é que não pagam vários impostos, enquanto os motoristas dos aplicativos não pagam apenas o ISS<sup>7</sup> (imposto sobre serviços) e as taxas de concessão de táxis que são obrigatórias para o serviço público de transporte. Em relação à segunda afirmação, os preços de táxi são tabelados por lei, não havendo, portanto, a possibilidade de formação de cartel. Para completar, em muitos estados algumas cooperativas e mesmo taxistas autônomos concedem descontos em viagens, o que quebra essa ideia de máfia, um termo bem comum em algumas *fake news* sobre o assunto. Em relação a diferença de preços dos serviços, e a redução pela concorrência maior, ela não é tão grande como se imagina e corridas menores apresentam diferenças inferiores a 20%, o que é menos do que alguns descontos concedidos por táxis. Os estudos também reforçam que por conta dos preços tabelados dos táxis não há comprovação de que maior concorrência traria redução de preço.

---

<sup>6</sup> Senador Reguffe em pronunciamento no dia 06 de abril de 2017 com a informação contrariada pelos estudos do CADE e do Senado Federal de que a concorrência maior reduziria o preço.

<sup>7</sup> No caso do ISS vários profissionais e os aplicativos já pagam em diversas cidades brasileiras que fizeram suas próprias regulamentações do serviço. Nessas cidades, inclusive os aplicativos tiveram que abrir empresas, deixando de ser apenas estrangeira e se tornando multinacional.

Das notícias analisadas todas também trouxeram informações falsas, mesmo quando não se caracterizavam tipicamente como *fake news* e a maior parte delas concentrada nos aspectos já listados, normalmente citando os lados envolvidos. Esses eram inclusive os dados informados pela notícia mais lida de todas, do portal G1.com, que faz parte do maior conglomerado de mídia do país.

*O texto é **defendido pelos taxistas**, que apontam concorrência desleal, e afirmam que a não regulamentação dos aplicativos "não é segura para usuários".*

*Já as empresas como o Uber afirmam que a proposta vai **"inviabilizar o trabalho"** e diz que a proposta traz uma "proibição velada" aos aplicativos.<sup>8</sup>*

O segundo link mais acessado no dia da votação apontava para um clássico artigo de opinião no site Poder360.com assinado pelas empresas dos aplicativos.

*Mesmo assim, um projeto em curso no Senado Federal (PLC 28/2017) quer acabar com o transporte individual privado por tecnologia. Ao aumentar a burocracia, exigir a emissão de licenças, registro dos carros na categoria de aluguel (placa vermelha), permitir que as prefeituras não autorizem o funcionamento dos apps em seus territórios, o projeto mostra sua real faceta: uma proibição disfarçada, embora seus defensores digam que ele vai regular o setor.<sup>9</sup>*

O terceiro link da lista de sites mais acessados no dia da votação mostra um exemplo de *fake news*. A página não possui jornalista responsável, não tem vínculo com qualquer veículo de imprensa, é desconhecida nos grandes meios midiáticos e apresenta excessivo número de *banners* publicitários para serem clicados, garantindo a remuneração do site. Uma frase mostra a ideia de sensacionalismo das *fake news* e como esse mecanismo é utilizado de atrativo:

---

<sup>8</sup> Trecho de notícia do site G1.com que era a mais acessada no dia da votação.

<sup>9</sup> Trecho do artigo de opinião dos aplicativos no site poder360.com, segundo mais acessado.

*É esta a questão mais urgente para nossos senadores: deixar 500 mil pessoas, meio milhão de brasileiros sem emprego para alimentar suas famílias. Surpreende como nossos políticos possuem urgência em trabalhar, como as questões se tornam urgentes, não quando o povo está morrendo, mas quando o dinheiro da população pode ser transferido para os políticos ou seus currais eleitorais.*<sup>10</sup>

The screenshot shows the website 'sensoincomum' with a navigation bar at the top. The main article is titled 'PLC 28/2017, do fim dos aplicativos de transporte, é uma proposta fascistóide' by Flavio Morgenstern, dated 29/10/2017. A red box highlights a quote: 'A ser votado nesta terça, o PLC 28/2017 quer extinguir aplicativos de transporte como Uber, Cabify e 99. É uma proposta fascistóide.' The article text discusses the urgency of the vote on Halloween. The sidebar lists authors: Flavio Morgenstern, Filipe G. Martins, Flavio Gordon, Taiguara Fernandes, and Tom Martins. There are also advertisements for 'BlackFriday Rentcars' and 'TIM 3GB DE INTERNET'.

Figura 2 - Print do site que trouxe exemplo mais claro de Fake News – www.sensoincomum.com

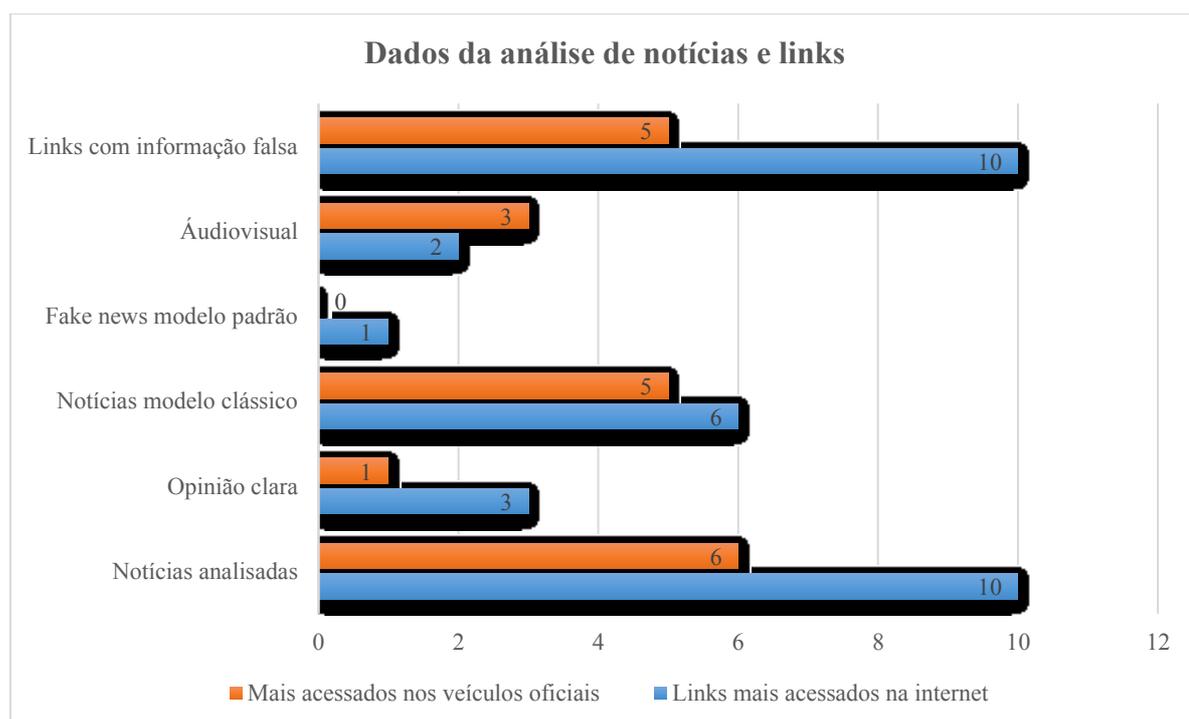
Aqui vale parar e atentar um pouco mais aos conceitos e estudos da comunicação que podemos utilizar para entender melhor o contexto das *fake news*. Nesse site e com este conteúdo da mensagem, fica claro que se trata de um texto que quer se apresentar como informativo, como uma notícia cujo fato noticioso é a votação do PLC 28/2017. Mas dentro do conceito de *agenda setting* observa-se “fatos quotidianos que são importantes” dentre os

<sup>10</sup> Trecho de notícia do site [www.sensoincomum.com](http://www.sensoincomum.com)

quais os “órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (WOLF, 1995). O fato desse exemplo de *fake news* estar na internet contribui também para o impacto da mensagem, porque é fácil entender a internet no sentido geral de espaço interativo e informacional. Algo como enxergar que “o ciberespaço, dispositivo de comunicação interativo e comunitário, apresenta-se justamente como um dos instrumentos privilegiados da inteligência competitiva” (LEVY, 1999).

E fica cada vez mais evidente que não temos como separar o meio da mensagem. O texto mesmo fora de um veículo tradicional de imprensa traz inclusive elementos claramente jornalísticos como o título e o subtítulo da matéria em destaques, e por isso cabe-nos trazer um debate importante da Teoria da Informação segundo Pignatari (2002):

*O processo básico da Teoria da Informação se refere sempre a quantidade de informação e não à sua qualidade, ou ao seu conteúdo e significado. Nesses termos, o problema do veículo que transmite a mensagem não pode ser desligado do problema da própria configuração da mensagem, da organização dos sinais que formam a mensagem.*



Em quarto, quinto, sexto e oitavo lugares tivemos notícias de jornais tradicionais como Gazeta do Povo, Jornal do Commercio e Correio Braziliense. Em sétimo e décimo lugares estavam vídeos do YouTube que se diziam opinativos mas construíam a mensagem como um contexto informativo e usando os mesmos elementos comuns às *fake news* como frases curtas e de efeito, uso de elementos visuais impactantes e textos construídos sem a preocupação nítida de informar. Em todas as notícias veiculadas por tradicionais empresas de mídia e imprensa os termos falsos foram colocados como informações dos lados do debate. Nenhuma dessas notícias buscou apresentar depoimentos dos senadores sobre a questão ou ainda os estudos já citados aqui que conseguiriam reduzir os impactos das informações falsas transmitidas.

Vale ressaltar que apesar de trazerem elementos típicos dos conceitos da *agenda setting* e do *newsmaking* estudados por Wolf (1995), é interessante observar que em toda a listagem de links foi possível identificar esses clássicos modelos de comunicação atualmente tão presentes na internet e que vêm aos poucos se tornando, também, os mecanismos mais comuns de informação para as pessoas. Com o uso de textos informacionais, com cara de notícia, mas que na verdade são artigos de opinião, publicidade ou modelos de *fake news*, o que se tem é informação cujo meio a constrói. Volta-se ao princípio que “as comunicações não intervêm diretamente no comportamento explícito; de preferência, tendem a influenciar o modo como o destinatário organiza a própria imagem do ambiente” (WOLF, 1995).

Sobre a participação dos veículos oficiais do Senado Federal nesse debate (TV Senado, Rádio Senado e Agência Senado), nas dez matérias sobre o assunto com maior destaque no site do Senado foi observado a ausência de qualquer citação aos estudos oficiais do Cade e da própria instituição que poderiam contribuir para reduzir o impacto das *fake news* ao trazer dados oficiais e evitar a circulação de algumas informações falsas. Nesse sentido, ficou claro que, ao se concentrarem nos debates entre os senadores, os veículos internos deixaram de trazer uma importante e verdadeira informação aos cidadãos que interferiria diretamente na posição destes sobre o projeto, ainda que tenham mostrado todos os lados da questão. Aqui vale ressaltar que apesar de não estar presente nas matérias jornalísticas, o estudo é acessível pelo site e foi objeto de postagem no facebook pelo Senado Federal.

## Considerações Finais

É possível concluir, a partir da análise dos aspectos técnicos das notícias estudadas, que todas traziam as regras básicas do jornalismo, mesmo as *fake news*. O clássico modelo Lasswell esteve presente com frequência e foi possível avaliar a existência do “ato de comunicar a partir das perguntas básicas: quem diz o quê através de que canal com que efeito” (WOLF, 1995).

Os resultados também são claros. Foi possível avaliar que existiu um impacto, das *fake news* sobre os aplicativos de mobilidade urbana, na votação do PLC 28/2017 no Senado Federal, tanto antes como durante o processo legislativo do projeto na Casa. O impacto foi mais perceptível na argumentação e explicitação do voto e na imagem de senadores do que efetivamente na mudança desses votos parlamentares. No entanto, como muitos modificaram suas posições sem claramente revelar o motivo dessas mudanças não temos como precisar se não houve mesmo esse impacto nas alterações de voto.

Também foi possível observar que mais do que uma comunicação equivocada as *fake news* se mostram uma estratégia e um elemento próprio que pode sim modificar e até mesmo moldar os caminhos do processo e do debate político. Aos comunicadores e também aos analistas políticos cabe a difícil tarefa de entender esses mecanismos estratégicos dessa nova forma de comunicação política para a partir disso estruturar seus próprios mecanismos de defesa contra essas *fake news*.

## Lista de Links e Referências

### **Primeiras matérias nas buscas Google na internet com o tema PLC 28/2017**

Data de 31/10/2017 – 18h40 – Como os dois primeiros links são do Senado Federal trabalhado para serem os primeiros a aparecer, eu os exclui na análise principal.

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/128659>

<https://www12.senado.leg.br/ecidadania/visualizacaomateria?id=128659>

<https://g1.globo.com/politica/noticia/senado-aprova-urgencia-para-votacao-de-projeto-que-regulamenta-o-uber.ghtml>

<https://www.poder360.com.br/opiniao/congresso/plc-282017-quer-acabar-com-apps-de-transporte-dizem-uber-e-empresas/>

<http://sensoincomum.org/2017/10/29/plc-28-2017-aplicativos-uber-fascista/>

<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/nova-economia/o-que-diz-o-projeto-que-uber-cabify-e-99-querem-barrar-no-senado-9jakyb3kerf40oikfyqh37ylk>

<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/politica/nacional/noticia/2017/10/24/senado-aprova-urgencia-para-proposta-que-regulamenta-apps-como-uber-313005.php>

[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2017/10/18/internas\\_polbraeco,634619/regulamentacao-do-uber-no-senado-fica-para-a-semana-que-vem.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2017/10/18/internas_polbraeco,634619/regulamentacao-do-uber-no-senado-fica-para-a-semana-que-vem.shtml)

[https://www.youtube.com/watch?v=Qa\\_77Ve69Uo](https://www.youtube.com/watch?v=Qa_77Ve69Uo)

<http://veja.abril.com.br/economia/senado-aprova-texto-base-do-projeto-sobre-apps-de-transporte/>

<http://www.gazetadopovo.com.br/economia/nova-economia/senado-retira-pontos-polemicos-e-aprova-projeto-que-regulamenta-aplicativos-como-uber-dkfe7byfv5m8bjd4nbosa588q>

<https://www.youtube.com/watch?v=QLVn2ydll0U>

### **Notícias dos veículos oficiais do Senado Federal**

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/10/25/telmario-mota-critica-acao-do-uber-na-concorrenca-contras-os-taxistas>

<https://www12.senado.leg.br/noticias/videos/2017/10/taxistas-e-motoristas-de-aplicativos-se-mobilizam-em-torno-da-votacao-do-plc-28-2017>

<https://www12.senado.leg.br/noticias/videos/2017/11/projeto-sobre-o-uber-ficou-mais-equilibrado-afirma-eunicio-oliveira>

<https://www12.senado.leg.br/noticias/audios/2017/11/mudancas-aprovadas-pelo-senado-evitam-estatizacao-do-uber-avalia-pedro-chaves>

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/10/24/votacao-do-projeto-sobre-transporte-com-uso-de-aplicativo-fica-para-a-proxima-semana>

<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/10/24/votacao-do-projeto-sobre-transporte-com-uso-de-aplicativo-fica-para-a-proxima-semana>

### **Páginas de apoio e de leis atuais**

Legislação transporte individual

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12468.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12468.htm)

Análise LUPA para a questão do PLC 28/2017

<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/10/31/uber-cabify-99-lei-senado/>

<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/wp-content/uploads/sites/24/2017/10/Demanda-Ag%C3%A0ncia-Lupa-juntos-pela-mobilidade-leandro@lupa-NOTA-cabify.pdf>

<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/wp-content/uploads/sites/24/2017/10/Retorno-Uber-leandro@lupa-UBER.pdf>

Juntos pela mobilidade

<http://juntospelamobilidade.com/>

### **Pronunciamentos utilizados**

SENADORA ANA AMÉLIA – 31/10/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/437619>

SENADOR JOSÉ REGUFFE – 06/04/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/430105>

SENADOR PAULO PAIM – 27/09/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/435604>

SENADOR TELMÁRIO MOTA – 25/10/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/437451>

SENADOR PAULO PAIM – 17/10/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/437010>

SENADOR ACIR GURGACZ – 17/10/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/437235>

SENADOR LINDBERGH FARIAS – 18/10/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/437120>

SENADOR PAULO PAIM – 27/09/2017

<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/435617>

SENADOR RICARDO FERRAÇO

<https://www.facebook.com/RicardoFerraco/videos/2224422167575283/>

## Bibliografia

CASTELLS, Manuel. Inovação, Liberdade e Poder na Era da Informação. In: MORAES, Dênis de (Org.) Rio de Janeiro, RJ: Mauad X, 2006.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. Volume I. São Paulo, SP: Paz e Terra, 2005. \_\_\_\_\_. Artigo publicado no site Equipe Fronteiras, intitulado “Manuel Castells analisa as manifestações em São Paulo”. Acessado em 15/06/2013. Disponível em: <http://www.frenteiras.com/canalfronteiras/entrevistas/?16%2C68>

GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo, SP: Ed. Paulus, 2004.

LÉVY, Pierre. Cibercultura. 2ª ed (5ª reimpressão). São Paulo, SP: Editora 34, 2005.

McLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como Extensões do Homem. Capítulo 31, p. 346-379. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 2003.

PIGNATARI, Décio. Informação, linguagem, comunicação. São Paulo, SP: Ateliê Editorial, 2002.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. 2ª ed. São Paulo: Editorial Presença, 1995.