UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS - CCJ
CURSO DE DIREITO

ANNY ISABELLE DE LACERDA GOMES

A ERA DA PÓS-VERDADE: O IMPACTO DAS *FAKE NEWS* NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

CAMPINA GRANDE - PB
2018

ANNY ISABELLE DE LACERDA GOMES

A ERA DA PÓS-VERDADE: O IMPACTO DAS *FAKE NEWS* NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. Harrison Alexandre Targino

CAMPINA GRANDE - PB
2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

G633e Gomes, Anny Isabelle de Lacerda.

A era da pós-verdade: o impacto das *fake news* no cenário político brasileiro [manuscrito] / Anny Isabelle de Lacerda Gomes. - 2018.

26 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Jurídicas , 2018.

"Orientação : Prof. Me. Harrison Alexandre Targino , Departamento de Direito Público - CCJ."

1. Pós-verdade. 2. Fake News. 3. Neopopulismo. 4. Eleições presidenciais. I. Título

21. ed. CDD 342.07

Elaborada por Fernanda M. de A. Silva - CRB - 15/483 BSCCJ/UEPB

ANNY ISABELLE DE LACERDA GOMES

A ERA DA PÓS-VERDADE: O IMPACTO DAS *FAKE NEWS* NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Aprovado em: 14 / 12 / 18

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Harrison Alexandre Targino (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Prof. Me. Paulo Esdras Marques Ramos
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Prof.ª Dr.ª Olindina Ioná da Costa Lima Ramos
Universidade Federal de Campina Grande (UFCG)

Dedico esse trabalho aos meus pais, Darli e Gláucio, que sempre priorizaram meus estudos em detrimento de qualquer outro bem.

Eis aqui um dos frutos de seus ensinamentos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade da vida e por ter me permitido chegar até aqui.

Aos meus pais, a quem dedico este trabalho, que em toda a minha vida me apoiaram em minhas escolhas e me proporcionaram viver cercada de amor e aprendizado.

Ao meu irmão, Alisson, que me presenteou com três dos meus maiores bens, meus sobrinhos, Sabrina e Henrique, e minha cunhada Walniza.

Em especial à minha irmã, Andréa, que, na vida pessoal, me deu de presente meu amado sobrinho, Antônio, e meu cunhado, Hiarles, e, na vida profissional, sempre foi meu maior exemplo. Se hoje estou terminando este curso, certamente o faço porque segui seus passos e ouvi os incansáveis conselhos que você me deu durante essa jornada. Sem a sua ajuda, eu jamais teria chegado até aqui.

Aos meus avós (*in memoriam*), meus tios e meus primos, que fazem da minha família o meu bem mais precioso.

Ao meu namorado, Felipe, que me apoiou nos momentos em que a bagagem parecia pesada demais e não me deixou desistir de alcançar esse sonho.

Ao meu companheiro de quatro patas, Thor, que durante as longas horas de estudo e produção não saia de meu lado, sendo, por vezes, minha única companhia.

Agradeço aos meus professores por todos os ensinamentos, especialmente ao meu orientador, Prof. Harrison, e ao Prof. Paulo e à Prof.ª Olindina, que aceitaram fazer parte deste trabalho, contribuindo para a sua melhoria.

Aos meus amigos, que tornam mais leve a minha caminhada nessa vida.

E, por fim, a todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste projeto.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 6

2* PÓS-VERDADE E *FAKE NEWS 8

2.1 A era da pós-verdade 8

2.2 As *fake news* como instrumentos da pós-verdade 10

2.3 A tipificação das *fake news* como crime eleitoral 13

3 A PÓS-VERDADE COMO PRÁTICA POLÍTICA DO NEOPOPULISMO 14

4 A PÓS-VERDADE NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO 16

4.1 O momento político atual 16

4.2 As *fake news* no âmbito nacional 17

4.3 As eleições presidenciais de 2018 21

5 CONCLUSÃO 22

REFERÊNCIAS 23

A ERA DA PÓS-VERDADE: O IMPACTO DAS *FAKE NEWS* NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

Anny Isabelle de Lacerda Gomes[1]

RESUMO

O presente artigo se propõe a analisar o surgimento da pós-verdade e seu fortalecimento mediante a disseminação das *fake news*, além de compreender o impacto da propagação das notícias falsas no cenário político brasileiro. A escolha do presente tema baseia-se na relevância jurídica e social que o tema traz à tona. Verificou-se que o contexto trazido pela pós-verdade estimula o surgimento de práticas neopopulistas, através de líderes que utilizam discursos emotivos, fundados em crenças subjetivas compartilhadas de que eles serão a única salvação para a realidade vivida. Concluiu-se que não há como se falar em mudança direta de opinião causada pela disseminação das *fake news*, mas em uma manipulação que a desinformação trazida por elas causa na forma de discernir do eleitor, fazendo com que a tomada de decisão que é o voto reste prejudicada.

Palavras-chave: Pós-verdade, *Fake News*, Neopopulismo.

1 INTRODUÇÃO

A tentativa de influenciar opiniões através da manipulação de fatos não é uma novidade no contexto político mundial. Ao contrário, a tentativa de falsificação política através da distorção dos fatos é uma técnica que remete à antiguidade. No entanto, com o advento da internet e, sobretudo, a evolução das redes sociais, vivenciamos uma nova era no tocante a essa prática.

É nesse cenário que surgem expressões como *fake news* e pós-verdade. Em 2016, o Dicionário *Oxford*, editado pela universidade britânica, nomeou como palavra do ano o termo pós-verdade, definindo-o como um fenômeno onde os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública que as emoções e crenças pessoais. Essa realidade de relativização da verdade contribui de maneira significativa para a disseminação das chamadas *fake news*, que são usadas no âmbito político como arma para influenciar as massas.

[1] Aluna de Graduação em Direito na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I
E-mail: annyisabelle_@hotmail.com

O presente trabalho, portanto, tem como proposta compreender como as *fake news* podem moldar a opinião pública a ponto de influenciar no cenário político brasileiro, demonstrando como o exercício da política da pós-verdade pode inspirar o surgimento de práticas neopopulistas, personificadas em políticos que utilizam discursos emotivos com a finalidade de induzir eleitores a banalizarem critérios de racionalidade e objetividade em favor de elementos sentimentais.

Para tanto, foi utilizada a pesquisa exploratória, visto que o trabalho visa "proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torna-lo mais explícito ou a construir hipóteses" (GIL, 2002). Segundo esse autor, as pesquisas exploratórias objetivam aprimorar ideias e descobrir intuições. Via de regra, esse tipo de investigação é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, o que é o caso desta pesquisa.

O estudo também aborda uma pesquisa descritiva, pois "pretende descrever fatos e fenômenos de determinada realidade" (TRIVIÑOS, 1987), qual seja o impacto da disseminação das *fake news* e da chamada pós-verdade na construção da opinião pública.

Quantos aos meios de investigação, a pesquisa apresenta uma abordagem bibliográfica, vez que foi "desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público geral" (VERGARA, 2016). O trabalho também utilizou a pesquisa documental, pois utilizou documentos que ainda não haviam recebido avaliação analítica (OLIVEIRA, 2007).

No Brasil, a conjuntura política atual sugere a importância do estudo do tema, uma vez que o país vive um período de descontentamento e indignação da sociedade com a desonestidade existente no meio político, motivo pelo qual relativiza a verdade diante de notícias falsas que se adequam aos seus interesses e lhes trazem segurança emocional.

O presente artigo está segmentado em uma sequência de seções, onde será feita uma primeira abordagem conceituando o fenômeno da pós-verdade e as *fake news*, relacionando-as enquanto prática política. Em seguida, será feita uma análise acerca do surgimento de práticas neopopulistas dentro do contexto da pós-verdade, evidenciando como o neopopulismo se utiliza de manifestações com fortes apelos emocionais com a

finalidade de deturpar, desqualificar ou mesmo enfrentar deliberadamente fatos objetivos com o desidrato de subverte-los.

Por fim, se observará como a pós-verdade e as *fake news* influenciam no cenário político brasileiro, fazendo uma análise do contexto político atual, bem como das *fake news* no âmbito nacional e nas eleições presidenciais de 2018.

2 PÓS-VERDADE E *FAKE NEWS*

2.1 A era da pós-verdade

Nos últimos anos, o debate acerca da crescente desvalorização da verdade e da manipulação dos fatos no meio político ganhou destaque entre os estudiosos. A relevância do tema disparou quando o Dicionário *Oxford* elegeu como palavra do ano de 2016 o termo pós-verdade, definindo-o como forma abreviada para "circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal"[2] (*ENGLISH OXFORD LIVING DICTIONARIES*, 2016).

Esse fenômeno se relaciona diretamente com dois eventos políticos que aconteceram naquele ano, quais sejam a eleição de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos e o referendo para a saída do Reino Unido da União Europeia, conhecido por *"Brexit"*[3], em razão da quantidade de notícias falsas envolvendo os dois casos.

Em setembro de 2016, a matéria de capa da revista britânica *The Economist* intitulada "Arte das Mentiras: Política pós-verdade na era das mídias sociais"[4] fazia com que o termo ganhasse relevância mundial.

O artigo trazia como exemplo de "política da pós-verdade" uma informação que fora amplamente divulgada na campanha pelo *Brexit* de que a permanência da Grã-Bretanha na União Europeia custava uma média de 350 milhões de libras por semana

---

[2] [...] circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief.

[3] *Brexit* é a abreviação de *Britain Exit*, uma expressão inglesa que significa "Saída Britânica", na tradução literal para o português. Este termo se refere ao plano que prevê a saída do Reino Unido da União Europeia (UE).

[4] Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie>. Acesso em: 15 de novembro de 2018.

aos cofres públicos e que o dinheiro, após a eventual saída do bloco, seria destinado ao serviço público de saúde, teoria que foi levada a sério por muitos cidadãos.

Para a mesma revista, o então candidato a presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, seria um dos maiores exemplos, senão o maior, da política pós-verdade, graças a afirmações como as de que o certificado de nascimento de Barack Obama seria falso e que ele teria nascido no Quênia e que, junto com Hillary Clinton, foram os fundadores do Estado Islâmico, ou de que o pai de seu rival republicano Ted Cruz teria estado com Lee Harvey Oswald antes do assassinato de John Kennedy, replicando uma história não comprovada publicada por um tabloide americano.

Embora tenha ganhado grande relevância em 2016, Matthew d'Ancora (2016, p. 20) registra que a primeira utilização da expressão "pós-verdade" teria ocorrido no ano de 1992, em um artigo escrito por Steve Tesich, escritor sérvio-americano, que debatia a reação dos americanos aos escândalos políticos da época, sugerindo que, por estarem traumatizados com os cenários vividos no período, os cidadãos começaram a dar as costas para a verdade.

Nesse contexto, observando a definição dada pelo Dicionário *Oxford*, percebe-se que a principal diferença entre as atuais notícias falsas e aquelas que sempre acompanharam a humanidade consiste exatamente no aspecto constitutivo da pós-verdade, que se caracteriza pelas circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que o apelo às emoções ou crenças pessoais.

Manjoo (2008) colabora com esse estudo ao demonstrar que o ser humano tem a tendência a escolher informações que estejam de acordo com suas crenças e afastam tudo aquilo que é contraditório ao que acreditam. Na sociedade da informação, as pessoas criam seus próprios casulos informativos, onde só se encontram conteúdos que confirmam suas próprias verdades. Senão vejamos:

> Nos últimos anos, pesquisadores começaram a documentar uma mudança fundamental na forma como os americanos estão pensando as notícias. Cada vez mais, os nossos argumentos não são sobre o que deveríamos estar fazendo – na Guerra do Iraque, na guerra contra o terrorismo, sobre o aquecimento global ou sobre qualquer número de assuntos controversos -, mas sobre o que está acontecendo. Os cientistas políticos caracterizaram nossa época como uma de maior polarização; agora, como vou documentar, o partidarismo rasteiro começou a distorcer nossas próprias percepções sobre o que é "real" e o que não é. Estamos lutando por versões concorrentes da

> realidade. E é mais conveniente do que nunca para alguns de nós viver num mundo construído a partir dos nossos próprios fatos. (MANJOO, 2008, p. 2) [5]

Schwartsman (2016) complementa Manjoo (2008) quando diz que

> parte do problema é a natureza humana. Nossos cérebros têm uma perigosa inclinação por acreditar naquilo que nossos sentimentos dizem que está certo e evitam o trabalho de conferir a veracidade das teses de que gostamos. E, se nunca foi fácil estabelecer o que pode ser considerado um fato na política, isso está se tornando cada vez mais difícil. (…) Primeiro, instituições que se encarregavam de facilitar a formação de consensos como escolas, ciência, Justiça e mídia vêm sendo vistas com mais desconfiança pelo público. Além disso, passamos a nos informar através de algoritmos que, em vez de nos expor ao contraditório, nos enterram cada vez mais fundo naquelas versões que já estávamos mais dispostos a acreditar. Daí aos reinos mágicos é só um pulinho. (SCHWARTSMAN, 2016)

Essa situação se torna ainda mais preocupante quando plataformas, a exemplo do *Facebook*, ao utilizarem os chamados algoritmos, enviam a cada usuário apenas informações que respondam às suas necessidades e a seus interesses, de maneira que o sujeito vive, definitivamente, dentro de uma bolha informativa, de onde dificilmente consegue sair.

2.2 As *fake news* como instrumentos da pós-verdade

Outro fator diferenciador entre as atuais e as antigas notícias falsas decorre da rápida possibilidade de disseminação, através das redes sociais, de um dos principais produtos da pós-verdade, as chamadas *fake news,* que, segundo o Dicionário de *Cambridge*, podem ser definidas como "histórias falsas que mantém a aparência de notícias jornalísticas, disseminadas na Internet ou em outras mídias, normalmente criadas para influenciar posições políticas, ou como piadas"[6].

Essa realidade é agravada ainda mais por causa do impacto da digitalização no mundo das comunicações, sobretudo no tocante a mudança da fonte noticiosa. Se antes

---

[5] In the last few years, pollsters and political researchers have begun to document a fundamental shift in the way Americans are thinking about the news. No longer are we merely holding opinions different from one another, we're also holding different facts. Increasingly, our arguments aren't over what we should be doing – in the Iraq War in the war terrorism, on global warming, or about any number of controversial subjects – but, instead, over what is happening. Political scientists have characterized out epoch as one of heightened polarization; now, as I'll document, the creping partisanship has begun to distort our very percepctions about what is "real" and what isn't. Indeed, you can go so far to say we're now fighting over competing versions of reality. And it is more convenient than ever before for some os us to live in the world built out of our own facts.

[6] False stories that appear to be news, spread on the internet or using other media, usually created to influence political views or as a joke.

a sociedade apenas consumia informações produzidas pelos meios de comunicação oficiais, como rádio, telejornais e jornais impressos, hoje em dia qualquer pessoa que tenha acesso a um celular, *tablet* ou computador com acesso à Internet pode produzir e/ou veicular qualquer tipo de notícia, seja ela verdadeira ou não. Nesse sentido, Canavilhas (2008) dispõe que

> [...] também no campo da distribuição de notícias se registram alterações, com blogues e redes sociais transformados em verdadeiros canais de distribuição instantânea. Para além dos próprios *media* utilizarem estes canais, os leitores chamaram a si esta actividade, funcionando como uma espécie de novos *gatekeepers* que comentam e seleccionam as notícias mais interessantes para os seus amigos (Facebook) ou seguidores (Twitter). (CANAVILHAS, 2008, p. 03)

De acordo com uma pesquisa[7] divulgada pelo *PEW Research Center* em setembro de 2018, cerca de 68% dos norte-americanos dizem que, pelo menos ocasionalmente, recebem notícias nas mídias sociais. Já na Europa Ocidental, conforme pesquisa[8] realizada pelo mesmo Instituto e divulgada em outubro do corrente ano, em média 73% dos jovens entre 18 e 29 anos recebem notícias online pele menos diariamente, enquanto recebem notícias de outras plataformas tradicionais a taxas bem mais baixas.

No Brasil, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM)[9] de 2016, realizada pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal (SECOM), a internet é o segundo meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros para se informar, figurando como fonte principal de informação de 26% dos entrevistados e como fonte secundária de informação de outros 49%.

O paradoxo é que, apesar do fluxo incessante de notícias, as pessoas podem estar mais desinformadas que antes devido à crescente produção e difusão de notícias falsas. Isso porque, no atual ambiente de informações complexas e de ritmo acelerado, os consumidores de notícias precisam fazer julgamentos rápidos sobre como internalizar as declarações relacionadas às notícias - declarações que geralmente aparecem em trechos e em caminhos que fornecem pouco contexto.

---

[7] Disponível em: <http://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>. Acesso em: 19 de outubro de 2018.

[8] Disponível em: <http://www.journalism.org/2018/10/30/younger-europeans-are-less-likely-to-get-news-from-legacy-platforms/> Acesso em: 12 de novembro de 2018.

[9] Disponível em: < http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em: 19 de outubro de 2018.

Nessa perspectiva, em 2016 o *PEW Research Center* divulgou pesquisa[10] afirmando que dois em cada três americanos entrevistados dizem que as notícias inventadas causam muita confusão sobre os fatos básicos dos problemas e eventos atuais. Esse sentido é amplamente compartilhado entre rendas, níveis de educação, afiliações partidárias e a maioria das outras características demográficas. A pesquisa afirma ainda que 23% dizem que já compartilharam uma notícia inventada, com 14% dizendo que compartilharam uma história que eles sabiam ser falsa na época e 16% tendo compartilhado uma história que mais tarde perceberam ser falsa[4].

As *fake news*, contudo, não são novidade. Com efeito, pode-se dizer que residem na história do Brasil desde que existe o próprio país, afinal, o descobrimento do Brasil é um ninho de notícias falsas, a começar pelo próprio título: tratou-se muito mais de uma invasão do que de uma descoberta, considerando os milhões de nativos que já viviam aqui, além de que a ideia de que o país "começa" em 1500 é uma ilustração perfeita do descaso que temos pela nossa própria história – o que passamos a chamar de Brasil, afinal, é logicamente muito mais antigo do que isso.

Na esfera política não é diferente. Na realidade, a confusão sobre a realidade, a gestão de manobras conspiratórias para incitar o receio ou a hostilidade de determinados grupos sociais, a vitimização ou a mitomania política são instrumentos de persuasão extremamente utilizados desde a antiguidade. Indubitavelmente, na política as mentiras sempre foram utilizadas com desenvoltura, mas hoje, sob o domínio da pós-verdade, estão revestidas de elementos sentimentais, emotivos, enriquecendo-se de uma força arrasadora. Nesse contexto, é comum ouvirmos dizer que em política o que importa é a versão, não o fato.

A despeito das fake news não representarem nenhuma novidade, vem ocorrendo um alinhamento de circunstâncias que tem gerado uma grande preocupação acerca do tema: a verdade não tem êxito e as descrições que não se ajustam a ela vencem e, além disso, terminam impunes. Como afirma o escritor Adolfo Muñoz García (2017) a mentira política ganha porque tem as qualidades para triunfar.

Malgrado permaneça difícil compreender quais notícias são necessárias para o desenvolvimento e a prosperidade de uma sociedade saudável democraticamente, é induvidoso que as *fake news* depreciam a vida social, comprometendo de maneira direta ou indireta o processo político e o exercício democrático.

---

[10] Disponível em: < http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>. Acesso em: 19 de outubro de 2018.

2.3 A tipificação das *fake news* como crime eleitoral

Para além de causar enorme prejuízo na vida em sociedade, as *fake news* podem, também, ser consideradas crimes eleitorais. Tanto na esfera penal quanto na esfera cível, a divulgação de notícias falsas com o intuito de macular a imagem de candidato, partido ou coligação pode ser passível de punição.

Os §§ 1º e 2º, do art. 57-H, da Lei das Eleições, tratam do tipo penal da divulgação das *fake news*. Vejamos:

> Art. 57-H. [...]
>
> § 1º Constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação, punível com detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos e multa de R$ 15.000,00 (quinze mil reais) a R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais). (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)
>
> § 2º Igualmente incorrem em crime, punível com detenção de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R$ 30.000,00 (trinta mil reais), as pessoas contratadas na forma do § 1º. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013) (BRASIL, 1997)

Na esfera penal, somente pode ser configurado crime eleitoral se todos os elementos do tipo penal estiverem configurados. Desse modo, o simples fato de um indivíduo produzir e/ou divulgar notícias falsas por conta própria, sem a contratação, seja onerosa ou gratuita por parte de terceiros, em tese, não configura o crime acima retratado. Eventualmente poderá ser enquadrado em outro tipo penal ou ainda em ilícito cível-eleitoral, com a possibilidade de aplicação de multa.

No tocante aos ilícitos cíveis-eleitorais, a legislação eleitoral prevê a possibilidade de remoção de conteúdo da internet, bem como o pagamento de multa por parte do infrator, devendo haver, para tanto, provocação da Justiça Eleitoral, seja por parte do Ministério público Eleitoral, de Partido Político, de pretenso candidato, quando em fase anterior ao registro de candidatura, de candidato, ou de qualquer pessoa envolvida com o processo eleitoral que se sinta ofendida, nas hipóteses acima listadas e por meio de decisão judicial devidamente fundamentada.

3 A PÓS-VERDADE COMO PRÁTICA POLÍTICA DO NEOPOPULISMO

O populismo revela-se como um fenômeno que parece estar sempre preparado para ressurgir. Fundamenta-se na figura de um líder messiânico e carismático que tem como objetivo a defesa incontestável do povo, munido com o discurso de criação de um novo quadro institucional capaz de permitir a maior participação popular nas tomadas de decisões do Estado, estabelecendo uma conexão direta com as massas historicamente marginalizadas.

Na prática, o populismo caracteriza-se pelo seu caráter manipulativo, onde a ingerência "efetiva" das massas no processo decisório do Estado está sempre fora de consideração, ou tem um caráter puramente simbólico.

Conceitualmente, de acordo com Taguieff (2007),

> o populismo, oscilando entre o autoritarismo e o hiper-democratismo, bem como entre o conservadorismo e o progressismo reformista – não poderia ser considerado nem como uma ideologia política, nem como um tipo de regime, mas como um estilo político, alicerçado no recurso sistemático à retórica de apelo ao povo e à posta em marcha de um modelo de legitimação de tipo carismático, o mais adequado para valorizar a *mudança*. É justamente porque se trata de um estilo, uma forma vazia preenchida do seu jeito por cada líder, que o populismo pode ser posto ao serviço de objetivos antidemocráticos, bem como de uma vontade de democratização." (TAGUIEFF, 2007, p. 09)

O apelo ao povo é um dos traços gerais mais importantes das dinâmicas populistas. Para tanto, os líderes afirmam-se como legítimos defensores do povo em face da elite corrompida que com ele rivaliza, promovendo ou potencializando o conflito social, visando constantemente o exercício do poder político. Esse apelo sustenta-se com discursos emotivos, fundados em crenças subjetivas compartilhadas de que esses líderes serão a única salvação para a realidade vivida.

Com a finalidade de melhor compreender as diferenças entre o novo populismo e aquele ocorrido anteriormente, Cammack (2000, p. 155) faz uma análise do contexto político contemporâneo. Ele afirma que, enquanto o populismo clássico tinha como objetivo o rompimento da conformação institucional, com base na economia liberal e nas oligarquias, o neopopulismo surge em um cenário de investidas neoliberais bem sucedidas contra o estabelecido percurso desenvolvimentista estatal e o populismo clássico. Assegura ainda que o novo populismo detém uma ambivalência estrutural, no

tocante a, por um lado, ser oposição entre o neoliberalismo e a democracia revisionista liberal, e, por outro, promover a si mesma como única alternativa para o estabelecimento da hegemonia.

Mudanças econômicas e sociais são fatores estimulantes para a ascensão dos líderes populistas. Ansiedades inerentes às parcelas diretamente atingidas por essas mudanças, tais como desemprego e oscilações econômicas, promovem esse novo contexto, embora o neopopulismo dedique-se menos a intervenções na realidade social que o populismo clássico, que defendia com mais ênfase medidas distributivas de renda. De acordo com Rodríguez (2008), o populismo e o neopopulismo consistem em uma doença que afeta as democracias em seus momentos de crise.

Conforme preceitua Weyland (2001), a redefinição do termo populismo tem como foco o exercício de liderança pessoal com base no apoio de massa social carente de organização. A anuência popular é atingida por meio do carisma, fazendo-se necessário que o líder esteja em contato direto com o público. O apelo ao povo, bem como a suposta defesa de seus interesses, ganhariam respaldo por meio de aprovação aferida em pesquisas eleitorais e de satisfação pública com as respectivas gestões. Dessa maneira, posiciona-se o neopopulismo como subtipo do populismo clássico, atenuado em função de carência organizacional e apelo indireto ao povo. Contudo, nos termos de uma estratégia política de caráter transitório, considera-se o fenômeno contemporâneo como o mais marcante entre os dois.

Destarte, o populismo e, sobretudo, o neopopulismo tem como escopo constitutivo e ineliminável a pós-verdade, no tocante em que se utiliza de manifestações com fortes apelos emocionais com a finalidade de deturpar, desqualificar ou mesmo enfrentar deliberadamente fatos objetivos com o desidrato de subverte-los.

O discurso da pós-verdade tem sido bastante utilizado por líderes neopopulistas para que possam se perpetuar no poder, como é exemplo Evo Morales e suas reiteradas tentativas de ser novamente eleito para mais um mandato, ou Maduro, criando pelo discurso político e pelos meios de comunicação de que dispõe o governo, uma realidade paralela.

Assim como armas para manter o poder, as notícias falsas, o apelo a emoção e os discursos envolventes dos neopopulistas também tem sido amplamente utilizados com a finalidade de angariar apoio para as mais diversas medidas políticas, ainda que muitas vezes, mesmo travestidas de únicas soluções passíveis de serem tomadas para se chegar

ao bem comum, acabem por restringir liberdades e garantias individuais, direitos sociais e proteção social.

Dessa forma, reconhecendo os males causados pela propagação de *fake news* e do discurso neopopulista na pós-verdade, Snyder (2017) ressalta que

> abandonar os fatos é abandonar a própria liberdade. Se nada for verdadeiro, ninguém poderá criticar o poder, porque não haverá base para fazê-lo. Se nada for verdadeiro, tudo é espetáculo. (SNYDER, 2017, p. 32)

Ainda, ao analisar a forma como se estabelecem as ameaças à verdade, o autor confirma os perigos que corre a sociedade ao encarar os fatos apenas sob seu ponto de vista, ignorando fatos objetivos e acreditando apenas naquilo que lhes convém.

> Renunciar à diferença entre o que se quer ouvir e o que de fato é verdadeiro é uma maneira de se submeter à tirania. Essa recusa à realidade pode parecer natural e agradável, mas o resultado é o seu fim como indivíduo — e, assim, o colapso de qualquer sistema político que dependa do individualismo. (SNYDER, 2017, p. 33)

Desse modo, resta comprovado que todos os movimentos que negam os líderes convencionais nas democracias liberais e representativas e lançam mão de elementos mais sentimentais que racionais, não apenas se aproveitam do desconforto, mas contribuem decisivamente para ampliá-lo. O populismo de hoje, e de sempre, maneja mais com as persuasões emocionais do que com critérios de racionalidade e de veracidade.

4 A PÓS-VERDADE NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

4.1 O momento político atual

Conforme estudado, um fator indispensável para a ascensão do fenômeno da pós-verdade é a insatisfação política, econômica e social por parte da população. O resultado das incertezas trazidas por esses cenários conturbados é justamente uma sociedade desacreditada, capaz de ignorar fatos objetivos, acreditar em mentiras mirabolantes e em promessas de salvação feitas por políticos populistas.

Atualmente, o Brasil se encontra em um momento de grande instabilidade, causada por vários escândalos de corrupção e recessão econômica, o que culminou em uma profunda crise política.

Em maio de 2013, eclodiu no país uma onda de protestos, que posteriormente ficou conhecida como Jornadas de Junho, onde manifestantes se opuseram ao aumento no preço das passagens de ônibus, de R$ 3 para R$ 3,20. Aos poucos, no entanto, a pauta se ampliou. A frase "não é só por 20 centavos" amplamente propagada na época deixou claro o desejo de extrapolar a reivindicação original.

A conjuntura piorou significativamente quando, em 2014, a Operação Lava-Jato revelou um grande esquema de corrupção que envolvia nomes dos mais conhecidos políticos brasileiros, além de algumas das maiores empresas públicas e privadas do país. Essa investigação ratificou o sentimento de descrença da população com relação a seus representantes.

Outro evento de grande importância para agravar a crise foi o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff. Após três meses de tramitação do processo no Congresso Nacional, no dia 31 de agosto de 2016, Dilma foi condenada por cometer crime de responsabilidade e teve cassado seu mandato. Já no dia seguinte ao *impeachment*, a população tornou a ir às ruas em protestos contra Michel Temer, que assumiu a presidência com a saída da antiga presidente.

O atual governo de Michel Temer também contribuiu de forma significativa para o atual cenário político. Ao anunciar as reformas trabalhista e previdenciária, o governo suscitou grande insatisfação na sociedade, que, mais uma vez, se viu abandonada pelo poder público.

Essa instabilidade corrobora para que posicionamentos antes tido como absurdos tornem-se saídas viáveis para a crise. É nesse contexto que novos candidatos surgem com a bandeira do heroísmo içada e se aproveitam do caos para se colocarem na posição de salvadores da pátria, utilizando elementos sentimentais em falsas mensagens enriquecidas de força arrasadora.

4.2 As *fake news* no âmbito nacional

No Brasil a divulgação de *fake news* como ferramenta política sempre foi conhecida daqueles que acompanham o mundo político. Notícias falsas, divulgadas pelos mais diversos meios, sempre tentaram minar a reputação dos candidatos.

Entretanto, com a revolução da comunicação digital, as *fake news* vem tomando proporções cada vez maiores.

De acordo com um levantamento realizado pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação (Gpopai-USP)[11], durante a semana decisiva do *impeachment*, três das cinco notícias compartilhadas no Facebook eram falsas. Manchetes que declaravam, por exemplo, que o presidente do Partido Democrático Trabalhista (PDT) havia ordenado que a militância a favor da ex presidente Dilma ocupasse a Esplanada e que comparecesse na ocasião armada e pronta para atirar e matar.

Já em 2017, o mesmo grupo apontou em novo estudo[12] que cerca de 12 milhões de perfis compartilham de forma corriqueira notícias falsas em redes sociais no país, muitos dos quais são *bots*, mantidos por programas automáticos

O estudo aduz ainda que, apesar de não se ter como mensurar de forma precisa os efeitos causados pela divulgação das *fake news*, apontamentos demonstram que essa prática pode influenciar eleitores de maneira decisiva, uma vez que parcela significativa da população acredita e defende o conteúdo dessas notícias.

Diante desse panorama, o debate acerca do combate às notícias falsas tem crescido entre as autoridades brasileiras. Setores do Legislativo, do Judiciário, do Ministério Público e da Polícia Federal têm se mobilizado para combater a difusão dessas notícias, sugerindo, inclusive, a criação de legislação específica.

Entretanto, a criação de uma legislação específica para combater *fake news* pode gerar muitas discussões, sobretudo no tocante aos possíveis limites impostos à liberdade de expressão causados por leis que visem censurar e retirar conteúdos da internet.

Nesse sentido, Ortellado (2018) defende que

> "A gente precisa de mais transparência nas plataformas, mas também muita campanha de conscientização entre os usuários, de mais consciência crítica. A difusão dessas notícias depende de nós, que estamos muito polarizados e apaixonado por nossas posições. Nesse ponto, as *fake news* fazem parte da guerra política. A solução ampla é educar os usuários e a população. Temos um problema real, mas uma regulamentação estatal pode ter um efeito ruim sobre a liberdade de expressão." (ORTELLADO, 2018)

---

[11] Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417_noticias_falsas_redes_brasil_fd>. Acesso em: 02 de novembro de 2018.

[12] Disponível em: < https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,na-web-12-milhoes-difundem-fake-news-politicas,70002004235>. Acesso em: 02 de novembro de 2018.

Nessa esfera, o Conselho de Comunicação Social (CCS), através do Parecer nº 0/2018[13], analisou 14 (quatorze) projetos de lei que se encontram em tramitação no Congresso Nacional sobre o tema das *fake news* e propôs iniciativas que possam auxiliar no processo.

Utilizando-se do Direito Comparado, essa comissão replicou sugestões feitas por um grupo de especialistas da Comissão Europeia, que consistem em

> 1. Aumentar a transparência das notícias online, envolvendo o compartilhamento de dados do sistema que permitem sua circulação online de forma adequada e de acordo com os termos de privacidade;
>
> 2. Promover a alfabetização midiática e informacional para combater a desinformação e ajudar os usuários a navegar no ambiente digital;
>
> 3. Desenvolver ferramentas para capacitar usuários e jornalistas para combater a desinformação e promover um envolvimento positivo com tecnologias de informação que estão evoluindo rapidamente;
>
> 4. Salvaguardar a diversidade e a sustentabilidade do ecossistema dos meios de comunicação social; e,
>
> 5. Promover uma pesquisa contínua acerca dos impactos da desinformação, a fim de avaliar as medidas tomadas pelos diferentes atores e ajustar constantemente as respostas necessárias.

A comissão também levou em consideração um conjunto de reflexões feitas pela Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação com Participação Popular (FrenteCom) apresentadas ao Conselho. O documento pondera que é necessário um estudo aprofundado do fenômeno das *fake news*, mas alerta que isso deve ocorrer sem que haja um cerceamento da liberdade de expressão e da privacidade de usuários na internet. Sugere ainda uma agenda para combater as *fake news* através de cinco pontos, quais sejam

> **1. "Notícias falsas" devem ser rebatidas com mais – e não menos – informação:** Em sociedades democráticas, é o confronto de ideias e a existência de debates abertos e plurais que podem combater as chamadas "fake news". É por isso que, em sua declaração conjunta, os relatores da ONU e OEA para liberdade de expressão afirmam que os Estados – incluído o Poder Legislativo – têm a obrigação de promover um ambiente de comunicação livre, independente e diverso, o que inclui a promoção da diversidade nos meios de comunicação (analógicos e digitais) e também a existência de meios de comunicação pública fortes, independentes e dotados de recursos adequados. Em vez de criminalizar o usuário, a agenda regulatória deve estar focada em como coibir a concentração e como promover a diversidade na web.

[13] Disponível em: < https://www.migalhas.com.br/arquivos/2018/6/art20180604-12.pdf>. Acesso em: 09 de novembro de 2018.

> **2. A legislação brasileira já em vigor deve ser considerada:** O combate a informações falsas, caluniosas e difamadoras já encontra um arcabouço regulatório e institucional adequado na tipificação dos crimes contra a honra, em recursos como o direito de resposta e em mecanismos de retirada de conteúdos como os previstos no Marco Civil da Internet. Mesmo em um contexto de eleições, em que há uma estrutura judiciária própria do TSE e dos TREs, os procedimentos estão bem previstos e podem ser espelhados por estas cortes, se bem aparelhadas para isso.
> **3. As plataformas devem ser neutras e transparentes:** Essa discussão já avançava na Europa e ganhou corpo também nos EUA, em razão do escândalo do Facebook e da Cambridge Analytics. Há diversos mecanismos que poderiam ser pensados para garantir transparência sobre o funcionamento das plataformas e ampliar o controle dos usuários sobre os conteúdos que publicam e acessam, desmontando os efeitos bolha e a estrutura de monetização que estimula a criação e difusão das chamadas notícias falsas. Uma regulação que poderia caminhar neste sentido seria a garantia da neutralidade das plataformas, evitando um controle editorial algorítmico das linhas do tempo. Outro regramento importante seria assegurar transparência sobre conteúdos pagos, obrigando as plataformas a manterem registros de anúncios e postagens impulsionadas, valores, anunciantes e alcance. Especialmente nas eleições, estes mecanismos são essenciais para evitar o abuso na propaganda paga na Internet.
> **4. Precisamos de uma lei geral de proteção de dados pessoais:** Dentro das agendas em tramitação no Congresso, a única que pode contribuir de fato para evitar a potencialização das chamadas notícias falsas é a aprovação de uma Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. A produção e direcionamento das chamadas fake news hoje são fruto da coleta e tratamento massivos e indiscriminados de dados pessoais. Por isso, como já recomendou a Comissão Europeia, quanto maior a proteção e o controle dos usuários sobre suas informações, menor a incidência de intermediários e da dinâmica que estimula a promoção das chamadas notícias falsas, seja por motivação política por meio de conteúdos impulsionados, seja para fins de monetização por meio da busca de likes e compartilhamentos.
> **5. Políticas públicas de educação para a mídia se fazem urgentes:** Políticas públicas de educação para a mídia e a promoção de práticas de empoderamento digital são fundamentais de serem colocadas em curso, incluindo aí o fomento à produção de conteúdos positivos e contra-narrativas que engajem a sociedade num debate mais qualificado. Por isso ONU, OEA, OSCE e CADHP defendem "o desenvolvimento de iniciativas participativas e transparentes para uma melhor compreensão do impacto da desinformação e da propaganda na democracia, na liberdade de expressão, no jornalismo e no espaço cívico". Da mesma maneira, a sociedade em geral deve ser estimulada a exigir o direito de resposta ou retificação do ofendido em matéria divulgada, publicada ou transmitida por veículo de comunicação social, conforme regulamentado na lei 13.188/2015.

Por fim, a relatoria entendeu ser oportuna e necessária a adoção de medidas que visem combater a crescente onda de disseminação de notícias falsas, ressaltando, contudo, que a resposta para o problema não passa unicamente pela criminalização da prática ou pela responsabilização das plataformas onde o conteúdo é veiculado, mas, sim, por uma ação conjunta com os órgãos competentes que envolva a implementação de políticas públicas visando a conscientização da população acerca do tema.

4.3 As eleições presidenciais de 2018

As eleições para Presidente da República de 2018 foram marcadas pela disseminação indiscriminada de *fake news*, que iam de ofensas pessoais contra candidatos e seus familiares a denúncias de fraude eleitoral.

Esse cenário trouxe impactos significativos nas candidaturas dos presidenciáveis, sobretudo nas campanhas dos candidatos do Partido dos Trabalhadores (PT) e do Partido Social Liberal (PSL), Fernando Haddad e Jair Messias Bolsonaro.

A problemática teve bastante relevância e requereu medidas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que convocou os candidatos, em sede de segundo turno, para que ambos pactuassem combater a proliferação das notícias falsas, a fim de defender a integridade da Justiça Eleitoral e a lisura do pleito eleitoral. No entanto, tal medida foi tomada de maneira tardia, de modo que os efeitos causados pela divulgação das *fake news* já haviam sido estabelecidos.

Um levantamento realizado pelo jornal O Estado de São Paulo[14] no *Google Trends*, ferramenta que exibe gráficos e tendências com base nas palavras-chave que os usuários mais buscam na internet, apontou que pelo menos um boato relacionado aos presidenciáveis esteve entre os dez termos que mais cresceram em buscas no *Google* por semana. O candidato Jair Bolsonaro foi o que teve seu nome mais associado às falsas notícias, sendo sete das doze notícias que mais cresceram nas buscas sido associadas a ele[15].

Em meio a polarização política entre os dois candidatos, ainda se falou muito sobre a utilização de robôs nas duas campanhas. Um estudo[16] da Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas (FGV-Dapp) demonstrou que, no período compreendido entre 12 e 18 de setembro do corrente ano, o patamar de interações envolvendo robôs na rede social *Twitter* chegou a 12,9%, quando, no início da disputa eleitoral, o número era de 4,2%. Esses robôs podem operar perfis falsos integralmente automatizados ou parcialmente operados por máquinas e, com isso, criar

---

[14] Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,busca-por-eleicao-na-internet-e-a-maior-desde-2004,70002368594>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.
[15] Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.
[16] Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,polarizacao-bolsonaro-haddad-impulsiona-robos,70002512129>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.

cenários nas redes de falsos consensos ou falsas polarizações, manipulando, de certo modo, a lógica padrão de entrega de discursos nas redes sociais.

Por ter sido prática comum durante todo o período eleitoral, a divulgação das *fake news* trouxe consequências para os mais variados nichos da sociedade, desde o eleitor, passando pelos candidatos e partidos políticos, até chegar na própria Justiça Eleitoral.

Notícias afirmando que as urnas eletrônicas eram fraudadas, por exemplo, demonstraram como os rumores podem deslegitimar o processo eleitoral e colocar em dúvida a probidade dos próprios órgãos que atuam em defesa da sociedade.

Outro fator relevante na propagação das *fake news* no cenário das eleições consistiu no apelo ao fator de emoção dos receptores das notícias. Apontamentos envolvendo religiosidade, sexualidade, dogmas e corrupção foram amplamente utilizados com a finalidade de conduzir o eleitor a concordar com determinadas ideologias em detrimento de outras.

Desse modo, é perceptível que a principal consequência das *fake news* no pleito eleitoral de 2018 foi a de influenciar no processo pelo qual as pessoas recebiam as informações sobre questões de interesse público.

5 CONCLUSÃO

Diante do exposto, percebe-se a grande relevância para a sociedade e comunidade acadêmica de um estudo mais aprofundado das *fake news* enquanto prática política da pós-verdade e de suas implicações em uma sociedade.

A partir das reflexões abstraídas com o presente estudo, compreende-se que o impacto causado pela disseminação de notícias falsas atinge a capacidade de discernimento do eleitor.

O voto, por excelência, é uma tomada de decisão, e qualquer tomada de decisão necessita de uma premissa para que seja realizada. Nesse sentido, as *fake news* fazem com que essa premissa, a partir da disseminação de uma onda de desinformação, fique prejudicada. Por mais que o indivíduo mantenha a sua forma de pensar e seu poder de decisão, essa decisão está baseada em uma premissa equivocada, de modo que o efeito causado por ela seja diferente daquele pretendido.

Não há que se falar, portanto, em mudança de opinião causada exclusivamente pelas *fake news*, mas em uma manipulação que a desinformação trazida por elas causa

na forma de discernir do eleitor, que acredita estar se baseando em uma verdade para basear sua decisão quando, na verdade, está se baseando em uma informação inverídica.

Por fim, conclui-se que se faz necessária a criação de meios que consigam evitar a propagação das *fake news*, a fim de que os efeitos nocivos por elas causados sejam controlados. Todavia, esses meios precisam ser muito bem estudados a fim de que se evite a lesão a direitos fundamentais, como, por exemplo, a liberdade de expressão.

A ERA DA PÓS-VERDADE: O IMPACTO DAS *FAKE NEWS* NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

ABSTRACT

This article has the purpose to analyse the post truth increasement, its strengthening through 'fake news' diffusion and also to understand the impact 'fake news' expansion has on brazilian political scenario. The choice to study this topic is based on its legal and social relevance. It was verified that the post truth increasement creates a propitious context to the development of neo-populist policies, in which political leaders appeal to emotional speeches and common personal beliefs to foment they are the only scape from the present circumstances. It is concluded that the 'fake news' dissemination does not operate directly changing public opinion, but instead, the misinformation brought by it manipulates the voter's judgment, jeopardizing the decision-making process.

Keywords: Post truth, Fake News, Neopopulism.

REFERÊNCIAS

BARTHEL, Michael; MITCHELL, Amy; HOLCOMB, Jesse. **Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion.** Disponível em: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>. Acesso em: 19 de outubro de 2018.

BOTTON, Alain de. **Notícias:** manual do usuário. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

BRASIL, Congresso Nacional. Parecer nº 0/2018 – CCS. **Relatório sobre os projetos de lei em tramitação no congresso nacional sobre o tema das fake news**. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/arquivos/2018/6/art20180604-12.pdf>. Acesso em: 09 de novembro de 2018.

_____, Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997. **Estabelece normas para as eleições.** Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9504.htm>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.

_____. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016:** hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em: 19 de outubro de 2018.

CAMMACK, Paul. The Resurgence of Populism in Latin America, In: **Bulletin of Latin American Research**. Vol. 19. New Jersey: Wiley, 2000.

CANAVILHAS, João. **Do gatekeeping ao gatewatcher:** o papel das redes sociais no ecossistema mediático. Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em: 22 de outubro de 2018.

CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Estado de direito**. Lisboa: Fundação Mário Soares, 1999.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade:** a nova guerra contra a verdade em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DICE, Mark. **The true story of fake news**. San Diego: The Resistence, 2017.

GARCÍA, Adolfo Muñoz. Posverdades. Disponível em: <https://elpais.com/elpais/2017/01/20/opinion/1484918607_663096.html>. Acesso em: 22 de outubro de 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GRADO, Milena Mendes. Credibilidade na internet: os dilemas das novas fontes de informação. In: PECK, Patrícia (org.). **Direito digital aplicado 2.0.** 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

KLOUS, Sander; WIELAARD, Nart. **We are big data:** the future of the information society. Amsterdam: Atlantis Press, 2016.

LEVITIN, Daniel J. **Weaponized lies:** ho to think criticially in the post-truth era. Nova Iorque: Dutton, 2017.

MANJOO, Farhad. **True enough:** learning to live in a post-fact society. New Jersey: John Wiley & Sons, 2008.

MARTINS, Alexandra. **Na web, 12 milhões difundem fake news políticas.** Disponível em: < https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,na-web-12-milhoes-difundem-fake-news-politicas,70002004235>. Acesso em: 02 de novembro de 2018.

MATSA, Katerina Eva; SHEARER, Elisa. **News use across social media platforms 2018.** Disponível em: <http://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>. Acesso em: 19 de outubro de 2018.
_____, Katerina Eva; SILVER, Laura; SHEARER, Elisa; WALKER, Mason. **Younger europeans are less likely to get news from legacy platforms.** Disponível em:

<http://www.journalism.org/2018/10/30/younger-europeans-are-less-likely-to-get-news-from-legacy-platforms/> Acesso em: 12 de novembro de 2018.

MATTELART, Armand. **História da sociedade da informação**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

MCINTYRE, Lee. **Post-truth**. Cambridge: The MIT Press, 2018.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Polarização Bolsonaro-Haddad impulsiona robôs.** Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,polarizacao-bolsonaro-haddad-impulsiona-robos,70002512129>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.

OLIVEIRA, M. M. **Como fazer pesquisa qualitativa.** Petrópolis, Vozes, 2007.

PEREIRA, Pablo; TOLEDO, Luiz Fernando; MONNERAT, Alessandra. **Disseminação de "fake news" para atacar candidatos marca eleição.** Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/disseminacao-de-fake-news-para-atacar-candidatos-marca-eleicao/>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.

ROBERTS, Paul Craig; STRATTON, Lawrence M. **The tyranny of good intentions**. Nova Iorque: Three Rivers Press, 2000.

RODRÍGUEZ, Ricardo Vélez. **Neopopulismo – Uma Realidade Latino-Americana**. Disponível em: <http://www.flc.org.br/neopopulismo-uma-realidade-latino-americana-ricardo-velez-rodriguez/>. Acesso em: 07 de novembro de 2018.

SCHMITT, Carl. **O Conceito do político**. Belo Horizonte: Del Rey, 2008.

SCHWWARTSMAN, Hélio. **A era pós-verdade.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/paywall/signup.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/colunas/helioschwartsman/2016/09/1812643-a-era-pos-verdade.shtml>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.

SENRA, Ricardo. **Na semana do impeachment, 3 das 5 notícias mais compartilhadas no Facebook são falsas**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160417_noticias_falsas_redes_brasil_fd>. Acesso em: 02 de novembro de 2018.

SNYDER, Timothy. Sobre a tirania: vinte lições do século XX para o presente. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

SUNSTEIN, Cass. **On rumours:** how falsehoods spread, why we believe them what can be done. São Paulo: Penguin, 2011.

TAGUIEFF, Pierre-André. **L´Illusion populiste – Essai sur les démagogies de l´âge démocratique.** 2ª. Edição. Paris: Flammarion, 2007.

THE ECONOMIST. **Art of the lie**. Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2016/09/10/art-of-the-lie> Acesso em: 15 de novembro de 2018.

TOLEDO, Luis Fernando. **Busca por eleição na internet é a maior desde 2004.** Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,busca-por-eleicao-na-internet-e-a-maior-desde-2004,70002368594>. Acesso em: 12 de novembro de 2018.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

VIRILIO, Paul. A **bomba informática.** Tradução Luciano Vieira Machado. São Paulo: Estação liberdade. 1999.

WEFFORT, Francisco. O **populismo na política brasileira**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

WEYLAND, Kurt. Clarifying a contested concept: Populism in the study of latin american politics. In: **Comparative politics.** Vol. 34. Nova York: Comparative Politics, Ph.D. Programs in Political Science, 2001.