

Desinformação eleitoral em plena campanha: nuances de pós-verdade e populismo no coração da democracia brasileira

Thiago Cury Luiz

Universidade Federal de Mato Grosso

thiago.luiz@ufmt.br

Resumo

O objetivo deste estudo é compreender o funcionamento da desinformação a partir dos atributos de pós-verdade e da retórica populista que integram as narrativas definidas como falsas pela agência de checagem de fatos Lupa, de janeiro a maio de 2022, sobre o processo eleitoral brasileiro. A metodologia utilizada é a análise de conteúdo (Bardin, 2002), com amostra composta por 22 unidades de registro e estabelecimento de categorias

analíticas. Os resultados indicam uma predisposição das informações falsas ao confronto com instituições e figuras, partidos ou espectro ideológico específicos, permitindo-nos concluir que a adesão política das narrativas falaciosas a uma das candidaturas à Presidência e o seu apelo a teorias conspiratórias colocaram em dúvida a lisura do processo eleitoral e a própria democracia.

Palavras-chave: Desinformação. Pós-verdade. Populismo. Agência Lupa. Eleições 2022.

Electoral disinformation in the middle of the campaign: nuances of post-truth and populism at the heart of Brazilian democracy

Abstract

The objective of this study is to understand the operation of disinformation based on the post-truth attributes and populist rhetoric that are part of the narratives defined as false by the fact-checking agency Lupa, from January to May 2022, about the Brazilian electoral process. The methodology used is content analysis (Bardin, 2002), with a sample consisting of 22 registration units and the establishment of analytical categories.

The results indicate a predisposition of false information to confront specific institutions and figures, parties or ideological spectrum, allowing us to conclude that the political adherence of fallacious narratives to one of the presidential candidates and their appeal to conspiracy theories have cast doubt on the fairness of the electoral process and democracy itself.

Keywords: Disinformation. Post-truth. Populism. Agency Lupa. Elections 2022.

Data de submissão: 2023-10-12. Data de aprovação: 2024-03-09.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.

Introdução

A desinformação não pode ser considerada como um fenômeno novo. Mesmo antes do atual ordenamento tecnológico, informações falaciosas foram produzidas e espalhadas, inclusive sob a tutela do Jornalismo (Marcondes Filho, 2019). O componente novo, incrementando o volume e o fluxo informacionais, é o ecossistema midiático que pulverizou os focos de elaboração de conteúdo (Amaral & Santos, 2019), formado pelos seguintes componentes: internet, dispositivos móveis, redes sociais e aplicativos de mensagem.

No Brasil, 90% dos domicílios possuem acesso à internet, sendo que 99,5% das residências com acesso à rede o fazem pelo celular (IBGE, 2022). Ao todo, o país tem registrados 242 milhões de aparelhos de celulares, que, somados a 110 milhões de notebooks, geram um montante de mais de 350 milhões de dispositivos móveis no Brasil, representando uma média de 1,6 instrumento por habitante (CNN, 2022). Ponderando-se o fato de que a desigualdade perpassa o cenário tecnológico nacional, a ponto de 36 milhões de pessoas declararem que não acessaram a internet em 2022 (Peres, 2022), o país está inserido no desenho digital que vigora no mundo.

A imersão nas plataformas digitais permite aos usuários fecharem-se em bolhas, por meio de algoritmos, enviesando a percepção da realidade a partir de narrativas que corroboram os seus sistemas de crença. Dessa forma, construções discursivas e imagéticas que, em regra, seriam limadas da cobertura da mídia tradicional, ganham espaço na esfera virtual, apelando ao medo, ódio e repulsa. Esta equação fideliza o internauta mais pelo formato do que pelo conteúdo, conquistando o engajamento virulento das redes (Marcondes Filho, 2019; Baptista, 2019).

Sob a vigência de qualquer temática, este modelo é capaz de gerar polarização nos aplicativos e mídias sociais. O mesmo ocorre com as eleições, momento no qual a criação de inimigos (ostracização dos outros) e a repulsa às instituições (ataque às elites) (Mazzoleni & Bracciale, 2018), movimentos típicos do populismo, assumem papel de destaque desde 2016, quando “pós-verdade” foi eleita a palavra do ano pelo dicionário de Oxford (2016).

Com a “nova topografia comunicacional” (Fausto Neto, 2019, p. 180), há um enfraquecimento das camadas intermediárias de mediação, herança dos veículos tradicionais, entre governantes e a sociedade, “à medida que os primeiros passam a se contatar diretamente com cidadãos, sem a mediação de outras instâncias de serviços comunicacionais de outra natureza, como, por exemplo, o concurso de porta-vozes”.

Em razão disso, o objetivo principal deste estudo é compreender a lógica da produção de desinformação a partir dos elementos de pós-verdade e da retórica populista que permeiam as narrativas definidas como falsas pela agência Lupa, entre os meses de janeiro e maio de 2022, sobre o processo eleitoral brasileiro. Sendo assim, o problema formulado propõe a seguinte pergunta: em que medida a pós-verdade e o populismo operaram na produção de informação falsa sobre as eleições presidenciais brasileiras de 2022?

Para tanto, definimos como demarcação metodológica a análise de conteúdo (Bardin, 2002), selecionando o *corpus* a partir de uma pesquisa exploratória e estabelecendo as unidades de registro e as categorias analíticas. A análise foi procedida a partir de uma coleta manual, que verificou todas as checagens de Lupa sobre as eleições brasileiras realizadas entre janeiro e maio de 2022, cuja seleção priorizou as aferições definidas como “falsas”, totalizando 22 postagens.

O texto em tela, além do resumo e desta introdução, trará, na próxima seção, a discussão teórica sobre desinformação, pós-verdade e populismo. Na fração metodológica, faremos a definição do conceito de análise de conteúdo e dos itens procedimentais de coleta, análise e inferências. Na sequência, apresentaremos os resultados da investigação, ensejando uma discussão à luz da bibliografia estudada. Por fim, faremos a exposição de algumas considerações sobre o objeto analisado, projetando possibilidades de pesquisas futuras.

O fenômeno da desinformação na era da pós verdade: a arena do populismo

O espalhamento de narrativas fraudulentas, as chamadas *fake news*, constitui uma parte significativa, mas não única, do fenômeno conhecido como desinformação. Para Recuero e Gruzd (2019), o falseamento da realidade carrega em seu bojo três características: imitação da narrativa jornalística, deturpação total ou parcial dos fatos e intenção de enganar. No entanto, as informações falsas não podem ser confundidas com o erro sem intenção, rumores, teorias da conspiração, sátira, declaração falsa de político e relatos tendenciosos (Allcott & Gentzkow, 2017).

Nesse sentido, Wardle e Derakhshan (2017) ponderam que a desordem informacional é caracterizada por três tipos distintos: [i] *mis-information*, quando uma informação falsa é compartilhada, mas sem a intenção de gerar prejuízos; [ii] *dis-information*, quando uma informação falsa é espalhada com a intenção de prejudicar; e [iii] *mal-information*, quando informações genuínas são tornadas públicas com o objetivo de causar danos (Wardle & Derakhshan, 2017).

Embora não se trate de um fenômeno recente, a disseminação de informações falsas, especialmente na arena política, adquiriu contornos exponenciais, na medida em que o ecossistema comunicacional composto por internet sem fio, dispositivos móveis, redes sociais e aplicativos de mensagens alterou a circulação de informações em seu fluxo, volume e escala.

Nesse sentido, a viralização é um dos vetores hegemônicos desta conjuntura, como apontam Cristofolletti (2018) e Costa e Romanini (2019). A propagação das narrativas falaciosas é potencializada porque, como detectaram Vosoughi et al. (2018), elas possuem 70% a mais de chance de serem compartilhadas. Na comparação com outras temáticas, seguem os pesquisadores, a desinformação política circulou em maior quantidade, atingindo mais pessoas em menor tempo.

Para tanto, as plataformas digitais dispõem de uma lógica composta por algoritmos, que “são baseados nas próprias escolhas que fazemos, desenham as predileções de que damos notícia nas redes” (Santaella, 2019, p. 16). As adesões, refletem Pozobon e Kegler (2020), por meio do engajamento, ditam os conteúdos que serão disponibilizados para visualização, em detrimento de outras postagens que não recebem interação.

A existência de robôs é outro legado da tecnologia, que faz a ambiência digital mais propensa ao espalhamento de informações falsas. Para Ferreira (2018), a velocidade e o volume de postagens apontam para a ação de *bots*, argumento sustentado por Shao et al. (2018), em estudo empírico quantitativo. Ainda, as publicações de baixa credibilidade têm o seu alcance ampliado a partir dos robôs, que acabam se comportando como uma ferramenta eficaz de manipulação (Shao et al., 2018).

De acordo com Bucci (2019a), a desinformação dos novos tempos depende das tecnologias digitais da internet, na medida em que os agentes produtores de conteúdo não se limitam apenas às empresas comunicacionais hegemônicas e o modelo de negócio das plataformas monetiza as informações fraudulentas, fazendo delas um empreendimento rentável, uma vez que, no consumo de desinformação, a credibilidade é algo descartável, não carecendo construir uma reputação no longo prazo, como apontam Allcott e Gentzkow (2017).

Assim, Castro (2020) entende que cada foco de informação é um nó, que se conecta com outros em direções diversas, gerando o que Cruz (2019) chama de desintermediação. Ela tem o intuito, especialmente no campo político, de fazer com que seus atores se comuniquem diretamente com a sua militância, posto que o jornalismo, enquanto instância clássica mediadora, retrata a verdade factual e, em razão disso, deve se situar ao largo da cooptação política (Bucci, 2018).

Por esse motivo, discute-se a confiabilidade que a sociedade guarda na relação com as mídias tradicionais, em específico com o jornalismo profissional. Roxo e Melo (2018) propõem que o enfraquecimento da credibilidade da imprensa suscita não apenas o deslocamento da audiência para o mundo virtual, como também o mimetismo por parte de quem gera desinformação.

Mas o fator que explica a prevalência da desinformação e, por conseguinte, de uma audiência mobilizada em torno dela é o contexto da pós-verdade. Eleita a palavra do ano pelo Dicionário de Oxford, em 2016, ela se refere às circunstâncias em que as pessoas respondem mais a sentimentos e crenças do que aos fatos (Oxford Learners's Dictionaries, 2016). “O leitor experimenta uma sensação de recompensa na medida em que a notícia encontrada ratifica suas concepções de mundo” (Braga, 2018, p. 11-12). O termo surge no bojo de duas decisões importantes no campo político: a eleição de Donald Trump à Presidência dos Estados Unidos e a saída do Reino Unido da União Europeia.

No espectro da pós-verdade, há uma tendência maior de haver engajamento com as narrativas que não incomodam o sistema de crença. Allcott e Gentzkow (2017) detectaram que o compartilhamento de uma história recebida é definido não pela sua veracidade, mas, sim, pelo alinhamento ideológico. Por isso, o viés de confirmação (Sunstein et al, 2016) cristaliza a informação partilhada em quem a recebeu.

É imperativo pontuar que o espalhamento dessas informações está calcado na credibilidade emprestada pela pessoa que repassou o conteúdo, posto que, em regra, a sua autoria é anônima. Isso ocorre, segundo Bruno e Roque (2019), pois quem procedeu o compartilhamento atrela à mensagem a confiabilidade que tem perante outras pessoas.

Ao produzir uma reflexão sobre Steve Bannon, consultor da campanha de Donald Trump em 2016 e depois integrante do governo, na área da Comunicação, Alexander (2018) identifica que os embates discursivos carregam consigo um componente binário, além de ataques a instituições democráticas, como o jornalismo, pesquisa de opinião, a justiça e as eleições. Para o autor (2018, p. 1015), os antagonismos se manifestam em “códigos binários e narrativas temporais, os primeiros profundamente excludentes, as últimas perigosa e raivosamente apocalípticas”.

Nesse sentido, Cesarino (2022) identificou que a lógica da plataformização funciona ao estilo de sistemas cibernéticos, de modo a fomentar a produção e circulação de discursos antiestruturais, tais como os conspiracionismos, negacionismo e a retórica populista, a partir dos quais se gera o engajamento. Em outro estudo, a autora (2019) detectou que o populismo digital em grupos de WhatsApp bolsonaristas, durante as eleições de 2018, era caracterizado também pelo espalhamento de informações falsas e teorias conspiratórias.

Independentemente do contexto digital dos tempos de agora, o conceito de populismo é vago, de difícil definição justamente por possuir muitas características (Laclau, 2005). “Diz-se que o populismo simplifica o espaço político, ao substituir uma série completa de diferenças e determinações por uma dicotomia grosseira cujos dois polos são necessariamente imprecisos” (Laclau, 2005, p. 33 – tradução própria). Por isso, não se trata de um conceito obtuso, podendo haver, circunscrito a ele, “uma pluralidade de fenômenos” (Laclau, 2005, p. 219).

Para o autor (2005), as insatisfações particulares geram uma demanda de equivalências, que se cristaliza em uma liderança vazia, porém hegemônica e afetiva. De modo convergente, Canovan (1999, p. 5) defende a ideia de “uma visão de ‘povo’ como corpo unido implica impaciência com embates partidários, e isso pode incentivar o apoio a uma liderança forte, no qual um indivíduo carismático está disponível para personificar os interesses da nação”.

Conforme a autora (1999), o populismo se encontra nos tensionamentos próprios da democracia, entre as suas faces pragmática e redentora, razão pela qual é uma espécie de sombra projetada pelo próprio regime democrático, e não um sintoma de atraso que deve ser superado. Em diálogo com este argumento, Mudde (2007, p. 151) propõe que “o elemento central da democracia populista é a crença de que a vontade geral deveria ser implementada sem quaisquer restrições. Nada é mais importante do que a vontade geral das pessoas”.

Retornando ao contexto digital, em pesquisa realizada por Mazzoleni e Bracciale (2018), foi demonstrado que as performances dos candidatos a primeiro-ministro italiano no Facebook eram carac-

terizadas por três elementos da comunicação populista: apelo ao povo, ataque às elites e a ostracização dos outros. Por este motivo, de Vreese et al. (2018) defendem que o populismo se trata de um estilo de comunicação política, mais até do que traços que compõem a *persona* populista.

Não por outra razão, as plataformas digitais tendem “a apresentar redes de conversação extremamente polarizadas”, como apontam Recuero e Gruzd (2019). Ao passo que os aplicativos e redes sociais servem como terreno fértil à polarização, as narrativas que suscitam emoções, como medo, asco ou raiva, têm mais chance de serem repassadas, conforme observaram Bruno e Roque (2019).

Além da propensão de interagir com a informação que se deseja, independentemente da sua veracidade, a desinformação não pressupõe o total falseamento das mensagens que circulam e que têm a pretensão de enganar o público. No âmbito da pós-verdade, propõe Dunker (2017, p. 34), não há uma suspensão completa dos fatos e verificação, mas se trata de “uma combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis em uma mistura que é, no conjunto, absolutamente falsa e interesseira”.

Em razão disso, Dunker (2017) e Lelo e Caminhas (2021) entendem que, no contexto no qual nos encontramos, as narrativas mais refletem os preconceitos que carregamos do que propriamente atuam como instâncias criadoras, pois, como Seixas (2019, p. 137) sugere, nota-se a “indisponibilidade dos sujeitos à persuasão devido ao caráter sólido de suas próprias crenças e convicções”.

Assim, é razoável citar Hannah Arendt (1967), para quem a verdade factual é a linha tênue sobre a qual tentamos nos equilibrar, em meio ao risco de queda. Ao dizer o que alguém quer ouvir, aquilo que agrada ao seu repertório axiomático, a mentira “possui também inúmeras possibilidades de combinação, de sorte que os arranjos falaciosos são indeterminados em quantidade e formas” (Arendt, 1967, p. 26).

As consequências observadas a partir desse expediente, conforme Branco (2017), é a instauração de uma certa desordem intelectual na ambiência online, com possíveis desdobramentos no mundo real. Isso se manifesta, como discutem Delmazo e Valente (2018), em desfechos do sistema político, mais precisamente em processos eleitorais. Por fim, Brites et al. (2019, p. 1) compreendem que “os “factos alternativos” e a “era pós-verdade” são uma ameaça à democracia”, apontando que a falta de literacia midiática e de práticas de checagem de fatos é importante para que a desinformação se propague.

Caminhos percorridos: aspectos metodológicos da investigação

A pesquisa, de natureza quali-qualitativa, tem na análise de conteúdo o método condutor do trabalho. Conforme Bardin (2002, p. 38), trata-se de “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”, e é neste escopo que se encontra o intuito da investigação em tela.

Para proceder o estudo, realizamos, de início, uma pesquisa exploratória na agência Lupa, no sentido de levantar todas as aferições realizadas acerca das eleições e definidas como “falsas”, entre os meses de janeiro e maio de 2022. Deste modo, identificamos 22 checagens realizadas por Lupa (Quadro 1).

Quadro 1

Apresentação das 22 unidades de registro do estudo, baseadas em checagens da Agência Lupa que definiu como “falsa” informação disseminada sobre o processo eleitoral

Data	Título/Referência
04/01/2022	Aplicativo que simula votação em Lula não tem relação com urnas eletrônicas oficiais (Afonso, 2022a)
18/01/2022	É falso que ator Henry Cavill declarou apoio ao presidente Jair Bolsonaro (Nomura, 2022a)
26/01/2022	Biometria não será obrigatória para todos os eleitores nas eleições de 2022 (Macário, 2022a)
04/02/2022	É falso que Bolsonaro exigiu do TSE cumprimento de lei sobre voto impresso (Afonso, 2022b)
08/02/2022	Certificação de qualidade das urnas eletrônicas não é atribuição do Inmetro (Nomura, 2022b)
02/03/2022	É falso que TSE entregou código-fonte das urnas eletrônicas para Smartmatic (Nomura, 2022c)
11/03/2022	É antiga pesquisa da CNN que mostra Bolsonaro na liderança da corrida presidencial (Marés, 2022)
24/03/2022	É falsa pesquisa que indica Bolsonaro com 65% das intenções de voto para a Presidência (Coelho, 2022)
28/03/2022	É falso que títulos de eleitor de maiores de 70 anos estão sendo cancelados pelo TSE (Gouveia & Souza, 2022)
29/03/2022	É falsa pesquisa que mostra Bolsonaro com 57% das intenções de voto para a Presidência (Nomura, 2022d)
05/04/2022	É falso que Barroso, do STF, disse que Bolsonaro só será reeleito ‘por cima do seu cadáver’ (Lopes, 2022a)
13/04/2022	É falsa notícia de jovem de 16 anos considerado maior de idade por ter título de eleitor (Nomura, 2022e)
14/04/2022	Vídeo do cantor Fagner em apoio à eleição de Bolsonaro é de 2018, não de 2022 (Macário, 2022b)
19/04/2022	Vídeo em que Neymar fala da importância do voto é antigo e não tem relação com Bolsonaro (Macário, 2022c)
19/04/2022	É falso que ‘líder dos advogados do PT’ foi flagrado ao revelar fraude em pesquisas eleitorais (Afonso, 2022c)
25/04/2022	Documento mostrado em vídeo não comprova cancelamento de título de eleitor do Maranhão (Afonso, 2022d)
29/04/2022	É falso que Elon Musk declarou voto em Jair Bolsonaro ao The New York Times (Lopes, 2022b)
12/05/2022	Voto para presidente não é invalidado se eleitores votarem em branco para outros cargos (Macário, 2022d)
12/05/2022	Trecho de vídeo de 2018, que cita erros já corrigidos nas urnas, viraliza fora de contexto (Nomura, 2022f)
13/05/2022	É falso que dispositivo ‘chupa cabra’ consegue transferir votos de um candidato para outro (Afonso, 2022e)
16/05/2022	É falso que polícia francesa encontrou votos escondidos que elegeriam Marine Le Pen (Lopes, 2022c)
20/05/2022	É falso que peritos da PF demonstraram que urnas eletrônicas não são confiáveis (Afonso, 2022f)

Fonte: próprio autor

A partir de uma coleta manual, fizemos a leitura das checagens no sentido de identificarmos elementos em comum, visando ao estabelecimento das categorias analíticas. “As categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos (...), agrupamento esse efetuado em razão dos caracteres comuns destes elementos” (Bardin, 2002, p. 117).

Neste caso, a elaboração das categorias, além de baseada nas características identificadas nas diferentes unidades de registro (22), levou em conta a bibliografia consultada, ou seja, os conceitos concernentes à desinformação, à pós-verdade e à retórica populista que circunscrevem os objetos analisados.

Dessa forma, são cinco as categorias de análise do presente estudo: [i] objeto da desinformação; [ii] criação de antagonismos; [iii] tom utilizado nas narrativas fraudulentas; [iv] frações de verdade; e [v] construção do conteúdo. As definições de cada categoria estão detalhadas no quadro abaixo:

Quadro 2

Definição das categorias analíticas do estudo

Categoria	Definição
Objeto da desinformação	Dentro do que se entende por sistema eleitoral, o objetivo é identificar quais elementos são subjugados pela desinformação, tais como: urna eletrônica, voto impresso, biometria, título eleitoral, pesquisa de intenção de voto, apoio a um candidato, dentre outros, levando-se em conta o conceito de desinformação (Wardle & Derakhshan, 2017; Recuero & Gruzd, 2019).
Criação de antagonismos	“Ataque às elites” e “ostracização dos outros” são elementos da retórica populista (Mazzoleni & Bracciale, 2018), cujo objetivo é demarcar um binarismo “nós x eles” (Alexander, 2018; de Vreese et al., 2018). Neste caso, o estudo irá sistematizar com quem a desinformação rivaliza, podendo compreender pessoas (candidato ou autoridade eleitoral) e instituição, como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e o Supremo Tribunal Federal (STF).
Tom das narrativas	O contexto da pós-verdade (Santaella, 2019) mobiliza o internauta pelo viés dos afetos mais extremos, como medo, ódio, nojo e repulsa (Bruno & Roque, 2019). Nesse sentido, estabelecemos algumas modalidades, recorrentes nas unidades de registro, por meio das quais a análise será realizada: alerta/risco; apologia a Bolsonaro; enfrentamento; revelação; religioso/heróico.
Frações de verdade	Outro aspecto das pós-verdade é a utilização de pedaços verdadeiros para integrar uma narrativa, que, no todo, configura-se como falsa (Dunker, 2017). Essa manifestação se dá, especialmente, pelo texto da legenda que subverte o sentido de uma imagem, verdadeira em si. No entanto, isso pode se dar por manipulação de som e imagem também.
Construção do conteúdo	O objetivo é detalhar a composição do material falso, em seus aspectos textuais e visuais, além de identificar se há apelo positivo ou negativo ao jornalismo profissional (Bucci, 2019a; Roxo & Melo, 2018) e em que rede social ou aplicativo de mensagem a narrativa é espalhada.

Fonte: próprio autor

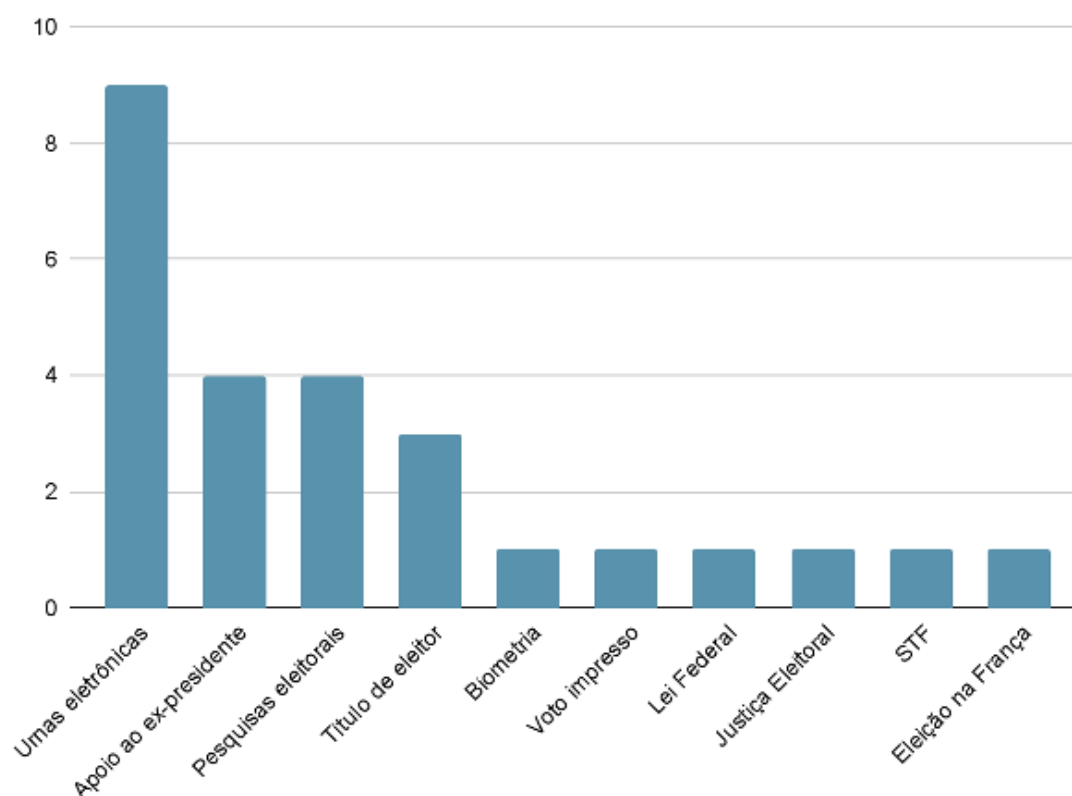
Com a definição do *corpus*, constituído por 22 unidades de registro (Quadro 1), e as categorias analíticas (Quadro 2), o passo metodológico seguinte é realizar as inferências e interpretações, a fim de respondermos ao problema de pesquisa e consumir o objetivo do estudo. De acordo com Bardin (2002, p. 39), “se a descrição (...) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (...) é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma à outra”.

Apresentação e discussão dos resultados

Quanto à primeira categoria de análise, “objeto da desinformação”, ao longo das 22 aferições realizadas por Lupa e definidas como “falsas” ou “distorcidas” entre janeiro e maio de 2022, identificamos dez objetos de desinformação, sendo “urna eletrônica” o mais recorrente, seguido por “apoio ao ex-presidente”, “pesquisas eleitorais” e “título de eleitor”, considerando que uma narrativa pode apresentar dois ou mais objetos demarcadores da informação falsa.

Gráfico 1

Objetos da desinformação sobre o processo eleitoral



Fonte: próprio autor

Os dados sugerem que a desinformação está voltada para atuar com finalidade política, sendo determinante em outros eventos desta natureza, como a eleição de Donald Trump à presidência dos Estados Unidos e à saída do Reino Unido da União Europeia, ambos em 2016 (Marcondes Filho, 2019), e a vitória de Jair Bolsonaro em 2018 (Spinelli & Ramos, 2019; Cesarino, 2019).

Aos lançarmos mão dos três principais objetos de desinformação identificados no Gráfico 1, entendemos que a narrativa improcedente pode ter sido operada em favor de Jair Bolsonaro, candidato à reeleição pelo Partido Liberal (PL), na disputa com Luiz Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT). Não apenas porque houve apologia à sua candidatura em quatro ocasiões, mas também em razão do fato de se deturpar as pesquisas eleitorais, posto que os principais institutos apontavam Lula na liderança.

Outro elemento de intersecção entre os achados do Gráfico 1 e a candidatura de Bolsonaro é a atribuição de risco de fraude envolvendo a urna eletrônica, equipamento por meio do qual a sociedade

brasileira escolhe seus representantes desde 1996 (quando implantado nas principais cidades do país) ou 2000 (de forma universalizada), como pode ser observado na Figura 1, uma das nove unidades de registro que checa a desinformação envolvendo o equipamento usado na votação.

Figura 1

Checação definida como “falsa” por Lupa, intitulada “Certificação de qualidade das urnas eletrônicas não é atribuição do Inmetro”



Fonte: Nomura (2022b)

Ao duvidar da legitimidade da urna e do resultado proveniente dela, o protocolo de escolha do presidente estaria sob desconfiância, a não ser que a vitória de Jair Bolsonaro atestasse que o sistema eleitoral não era fraudado. No caso exposto na Figura 1, a informação falsa traz à tona o papel do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) na verificação de produtos, não contemplando as urnas eletrônicas. Dessa forma, pode criar um entendimento confuso, tendo o Supremo Tribunal Federal (STF) e o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) seus papéis questionados, a partir da imagem do ministro Luís Roberto Barroso, do STF, e, à época, presidente do TSE.

Bucci (2019a) argumenta que as falácias, além de lucro econômico, são politicamente viáveis. Ferreira (2018) propõe o conceito de *fake news*, partindo do pressuposto de que elas carregam consigo o intuito de enganar e prejudicar alguém. Em suma, trata-se de “informações completamente falsas, que foram criadas e divulgadas com fins lucrativos, e suas vertentes de desinformação visando ganhos políticos, com conteúdos distorcidos ou fora de contexto” (Ferreira, 2018, p. 144).

Se a desinformação atua no sentido de fomentar partidarismos (Rocha, 2020), ao ingressar na seara política e, especificamente, eleitoral, pode ser importante elemento de instabilidade democrática, na medida em que há a necessidade, por parte do cidadão, de estar bem informado para que possa tomar decisões corretas (Bucci, 2019b), uma demanda própria das democracias modernas.

Dessa forma, os dados parecem indicar uma forte atuação da desinformação para desestabilizar o processo eleitoral brasileiro, a partir do desvirtuamento da confiabilidade da urna eletrônica, sistema presente no país desde as eleições de 1996. Em contrapartida, nos Estados Unidos, dois anos antes, o questionamento ocorreu em relação a um sistema eleitoral totalmente operacionalizado pelo voto em cédula, o que não impediu de haver, também lá, um processo de descredibilização do sistema de voto, objetivando questionar o resultado final.

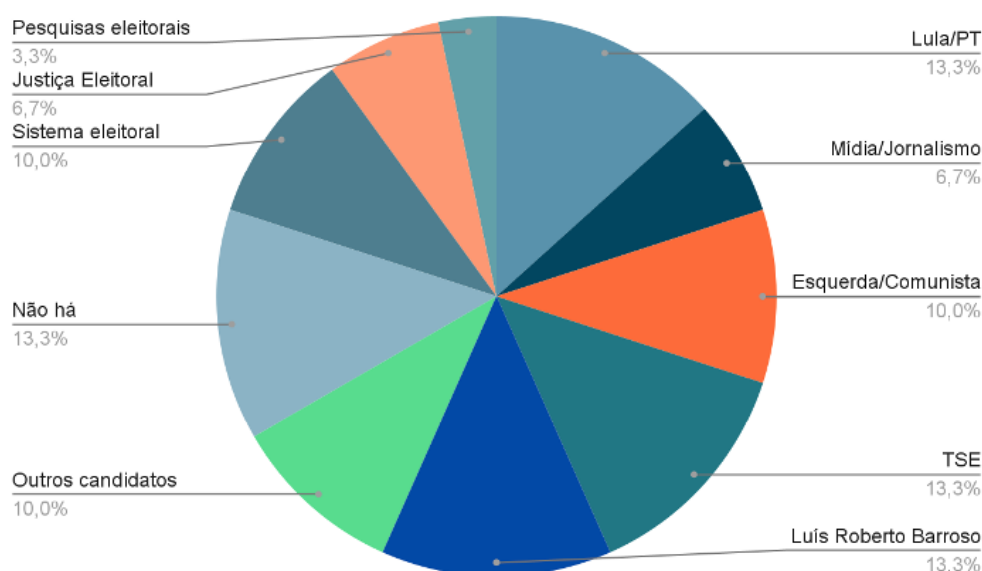
Em ambos os casos, houve insurgência violenta por parte de alguns apoiadores de Trump e Bolsonaro, culminando em ações extremistas em 6 de janeiro de 2021, no Capitólio, em Washington, e em 8 de janeiro de 2023, nas sedes dos três poderes, em Brasília. “O monismo da direita radical populista é particularmente visível nos seus apelos por um sistema político mais personalizado” (Mudde, 2007, p. 153).

Ao ponderar que a manifestação populista pode ser de esquerda ou de direita, alargando a reflexão de Mudde (2007), Laclau (2005, p. 156), ao comparar as posturas de Adhemar de Barros e Mao Tse-tung, identifica que “o elemento comum está dado pela presença de uma dimensão antiinstitucional, de um certo desafio à normalidade política, à ordem usual das coisas. Em ambos os casos há um chamado aos ‘de baixo’” (Laclau, 2005, p. 156).

Acerca da segunda categoria, “criação de antagonismos”, levantamos personalidades da política e instituições de Estado e jornalísticas contra as quais a desinformação se coloca, no sentido de gerar confrontos. O Gráfico 2 expõe, em caráter quantitativo, as aparições desses embates, considerando que dois ou mais podem aparecer na mesma narrativa.

Gráfico 2

Antagonismos gerados pela narrativa desinformativa



Fonte: próprio autor

Novamente, os dados indicam para uma atuação da desinformação em defesa de Jair Bolsonaro, que não é rivalizado em nenhuma das 22 peças falaciosas checadas por Lupa entre janeiro e maio de 2022. Não é possível afirmar que se trata de uma estratégia de campanha, mas fica evidente que a circulação de conteúdo de baixa credibilidade atua nas redes sociais em favor do então candidato à reeleição.

Compreendemos que a desinformação estabelece, de um modo geral, dois tipos de antagonismos: [i] com instituições que representam uma ideia de “elite”, tais como TSE, justiça eleitoral, pesquisas eleitorais, mídia e jornalismo, ou seja, agrupamentos responsáveis pela produção e circulação de conhecimento e/ou informação; e [ii] com pessoas/entidades, caracterizando o desenho de inimigos para a personificação do “nós contra eles”, aqui representados por Lula, PT, esquerda, comunistas, outros candidatos e o então presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o ministro Luís Roberto Barroso.

No caso específico do confronto com a Justiça, na visão de Mudde (2007, p. 155), em considerável parcela dos casos “a direita radical populista enfrenta um ambiente político hostil e acredita que o judiciário é controlado pela oposição”. De acordo com Canovan (1999, p. 3), “os movimentos populistas envolvem algum tipo de revolta, em nome do povo, contra a estrutura de poder estabelecida”.

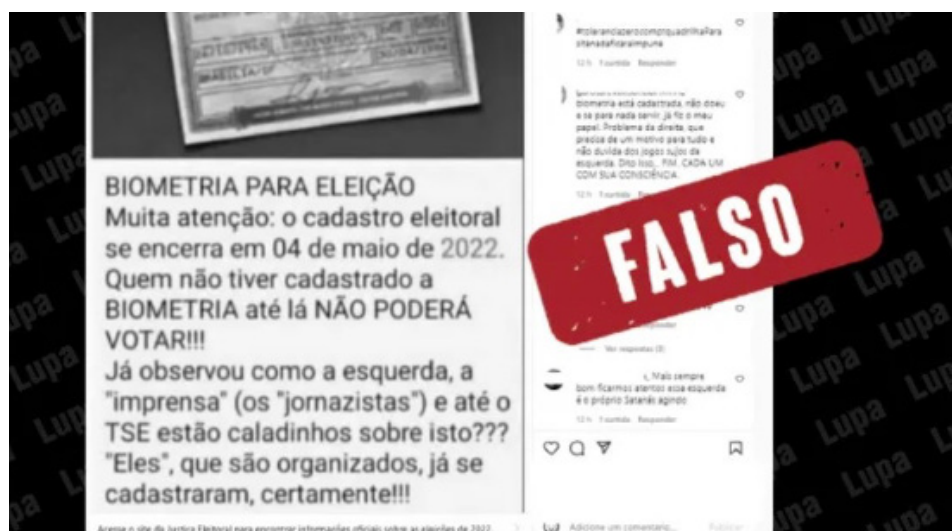
Na lógica populista das redes sociais, a comunicação do líder precisa ser direta, sem que haja a mediação por parte das instituições hegemônicas, como explicam Mazzoleni e Bracciale (2018). O processo de desintermediação e reintermediação, pontuado por Cesarino (2022), pressupõe subverter o jornalismo para que a comunicação passe ao largo dos critérios de apuração e preferências ideológicas que caracterizam a imprensa enquanto empreendimento capitalista.

A tecnologia digital tornou possível estabelecer relações interativas entre emissores e receptores, permitindo que ambos contornassem o poder contundente dos meios de comunicação de massa (em contraponto à assimetria entre emissor-receptor das mídias tradicionais). (Mazzoleni & Bracciale, 2018, p. 3)

Do ponto de vista qualitativo, a oposição à imprensa é tão ferrenha, que em uma das peças usa-se a nomenclatura “jornazistas” (Figura 2), havendo também a vinculação do ofício e da mídia, enquanto conceito mais abrangente, ao campo da esquerda e em perspectiva pejorativa. Ainda, é possível identificar teoria da conspiração, na qual o campo da esquerda, a imprensa e o TSE integram uma aliança que, no limite, tem o intuito de vencer Bolsonaro.

Figura 2

Cheragem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “Biometria não será obrigatória para todos os eleitores nas eleições de 2022”



Fonte: Macário (2022a)

Ao analisar a lógica discursiva de Trump, assessorado por Steve Bannon, de ligação também com a família Bolsonaro (Oliveira, 2022), Alexander (2018, p. 1018) discrimina os binarismos excludentes que compõem a narrativa do ex-presidente dos Estados Unidos: “o jornalismo é falso, as pesquisas de opinião pública são fraudulentas, a justiça é tendenciosa, o voto não é conclusivo e o cargo não é vinculativo”. Em complemento, para Canovan (1999, p. 3 – tradução própria), “o animus populista não é direcionado apenas à classe política e econômica instituída, mas também aos formadores de opinião na academia e na mídia”.

Quanto à caracterização de inimigos, ao colocar Lula e Barroso (Figura 3), por exemplo, como aliados, a desinformação indica que há um complô contra Bolsonaro, razão pela qual o seu intuito é descredibilizar a eleição e o sistema eleitoral como um todo, no aspecto do teor normativo, operacional e das instituições que regem o escrutínio.

Cesarino (2022) propõe que populismo e conspiracionismo possuem entre si elementos de intersecção, o que também explica as suas capilaridades nas plataformas digitais. De acordo com a autora, as duas vertentes são maneiras de conduzir algumas dissonâncias impostas pelo aparato socioeconômico mais amplo.

Em suas manifestações extremas, essas experiências são profundamente subjetivas e afetivas. Os indivíduos se sentem pessoalmente atingidos por ataques ao líder ou ao guru, ou cerceados pelo “sistema” em sua vida cotidiana: pelas políticas sanitárias de distanciamento social, pela moderação de conteúdo nas plataformas, pela suposta fraude nas urnas eletrônicas etc. (Cesarino, 2022, p. 234)

No âmbito do populismo radical de direita, Mudde (2007) cita a aversão de seus representantes com organismos intermediários, por entenderem que essas representações atuam em prol de interesses definidos. Considerando que o populismo se coloca na ruptura do que está estabelecido e como o princípio da reconstrução de uma ordem no lugar da anterior, “o sistema institucional deve estar (...) fraturado para que a convocação populista seja efetiva” (Laclau, 2005, p. 221 – tradução própria).

Figura 3

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “É falso que Barroso, do STF, disse que Bolsonaro só será reeleito ‘por cima do seu cadáver’”



“‘Bolsonaro será reeleito se passarem por cima do meu cadáver’ declarou Barroso em live. Luis Barroso, ministro do Supremo Tribunal Federal (STF) falou em uma live numa reunião com juízes franceses que não reconhece o presidente legitimamente eleito, Jair Bolsonaro e que afirmou categoricamente que não será reeleito. ‘Lula merece uma segunda chance’ concluiu Barroso.”

Fonte: Lopes (2022a)

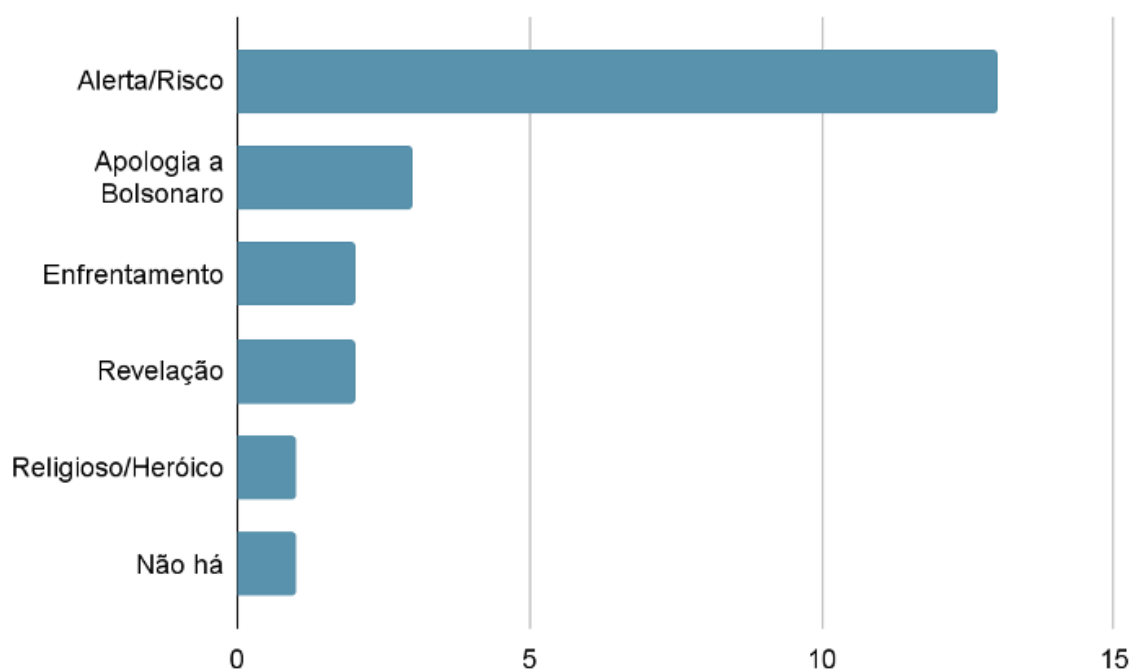
Segundo Waisbord (2018, p. 3 - tradução própria), “o antielitismo do populismo também se manifesta em sua oposição aos fatos e à verdade determinados pelas elites produtoras de conhecimento”. Esta é a razão pela qual, segue o autor (2018, p. 11 – tradução própria), “o populismo frequentemente se envolve em batalhas retóricas com organizações de mídia críticas”. O mote da ‘desintermediação’ “fez emergir uma comunicação política apoiada no desprezo pelo jornalismo profissional” (Cruz, 2019, p. 27).

Como se nota, as instituições representativas da democracia moderna acabam compondo o escopo dos questionamentos populistas não apenas pelo ataque que sofrem, mas também porque em seu bojo algumas personalidades ou organizações são forjadas como inimigas, novamente em uma construção da comunicação populista. Segundo Aggio e Castro (2020, p. 462), “isso indica um esforço maior na identificação de um povo e seus inimigos para, mais próximo da eleição, apresentar o então candidato como representante dessa ideia de povo e de seus objetivos”.

No que diz respeito à terceira categoria, “tom das narrativas”, identificamos alguns elementos (Gráfico 3) que caracterizam, do ponto de vista da linguagem utilizada, a desinformação sobre o processo eleitoral. O alerta sobre um possível risco, inclusive no sentido de gerar medo e apreensão em quem consome a informação falaciosa, desponta como o principal atributo da desinformação acerca das eleições.

Gráfico 3

Teor discursivo das narrativas falaciosas sobre o processo eleitoral



Fonte: próprio autor

Em uma perspectiva quantitativa, os dados sugerem que a desinformação explora o contexto da pós-verdade, no sentido de que opera a produção, circulação e consumo de suas narrativas com amparo maior na emoção do que no fato, conforme definição do Dicionário de Oxford (2016) para o termo “pós-verdade”.

Assim, tanto do ponto de vista discursivo, como no aparato estético, a narrativa fraudulenta apela para elementos extremos, chamativos, capazes de gerar engajamento pelo viés da forma, ainda que o conteúdo seja questionável, como na Figura 4, em que a expressão “BOMBA!!” (em caixa alta e acompanhada de dois pontos de exclamação) estampa a parte superior do vídeo disseminado. Com isso, a monetização beneficia quem produz a postagem e também a plataforma, que, pautada em uma lógica algorítmica pouco transparente, promove a circulação de informações em bolhas (Cesarino, 2022; Allcott & Gentzkow, 2018; Bucci, 2018). No caso citado, no momento da aferição realizada por Lupa, o vídeo já contabilizava mais de 13 mil visualizações no Facebook.

Figura 4

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “É falso que TSE entregou código-fonte das urnas eletrônicas para Smartmatic”



Fonte: Nomura (2022c)

Compreendemos que, ao produzir alerta e medo de que algo irregular esteja acontecendo, os consensos ficam comprometidos e o debate eleitoral é deslocado, prejudicando a discussão mais programática e propositiva entre as candidaturas. Nas palavras de Waisbord (2018, p. 7 - tradução própria), “o crescente acesso digital, no entanto, ampliou o alcance e a escala da disseminação de crenças não fundamentadas em fatos e impulsionadas por partidarismo, ideologia e/ou religião.”

No caso exposto pela Figura 4, trata-se de uma abordagem que coloca em dúvida a confiabilidade das urnas, podendo ocasionar reações extremadas por parte de quem é signatário da desinformação, tal como vimos [i] no bloqueio de rodovias a partir de 30 de outubro, data do 2º turno e da proclamação da vitória de Lula, [ii] nos acampamentos em frente aos quartéis nos dias subsequentes; e [iii] na insurgência golpista de 8 de janeiro de 2023. Assim, Dunker (2017, p. 29) complementa, afirmando que “a pós-verdade exige uma alteração generalizada do humor, sim, com a emergência de dois afetos fundamentais: o ódio e a vergonha” (Dunker, 2017, p. 29).

Assim como o engajamento, o compartilhamento de conteúdo também é regido por pré-concepções, crenças e preconceitos, gerando polarização e pouca conexão entre os pólos (Recuero & Gruzd, 2019), o que pode explicar o elevado apelo às *fake news* (Braga, 2018).

Mensagens que suscitam emoções fortes são particularmente persuasivas: asco, medo ou raiva são sensações que levam uma pessoa a repassar imediatamente uma mensagem. Isso só confirma que o engajamento no repasse da mensagem pode estar menos vinculado à veracidade de seu conteúdo do que à sua pertinência a um conjunto de convicções coletivas. (Bruno & Roque, 2019, p. 21)

Sobre a quarta categoria, “frações de verdade”, no aspecto qualitativo, a exploração de visões pré-concebidas, ainda que ingênuas, podem trazer mais confusão a um cenário com volume elevado de informação, o que também caracteriza a pós-verdade.

Ao se apropriar de uma compreensão social sobre o uso do uniforme amarelo da seleção brasileira de futebol, vinculando-o às manifestações de apoio a Jair Bolsonaro, tem-se que o ator Henry Cavill (Figura 5) também é signatário e entusiasta do então candidato à reeleição, como é intuito da peça.

Figura 5

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “É falso que ator Henry Cavill declarou apoio ao presidente Jair Bolsonaro”



“ATOR HENRY CAVILL APOIA JAIR BOLSONARO

Nessa última sexta (14), o ator Henry Cavill conhecido por interpretar Superman em 'homem de aço' e Geralt em 'the witcher', declarou todo o seu apoio ao atual presidente do Brasil, Jair Bolsonaro.

- 'É um homem de bem e guiado por Deus, está fazendo um ótimo governo e sempre avançando pelo melhor do Brasil, infelizmente, como em todo o mundo, a mídia de esquerda e os comunistas tentam o derrubar pois tudo o que eles querem é o poder e não o bem da população, por isso declaro aqui o meu apoio ao presidente do Brasil' Declarou Henry Cavill"

Fonte: Nomura (2022a)

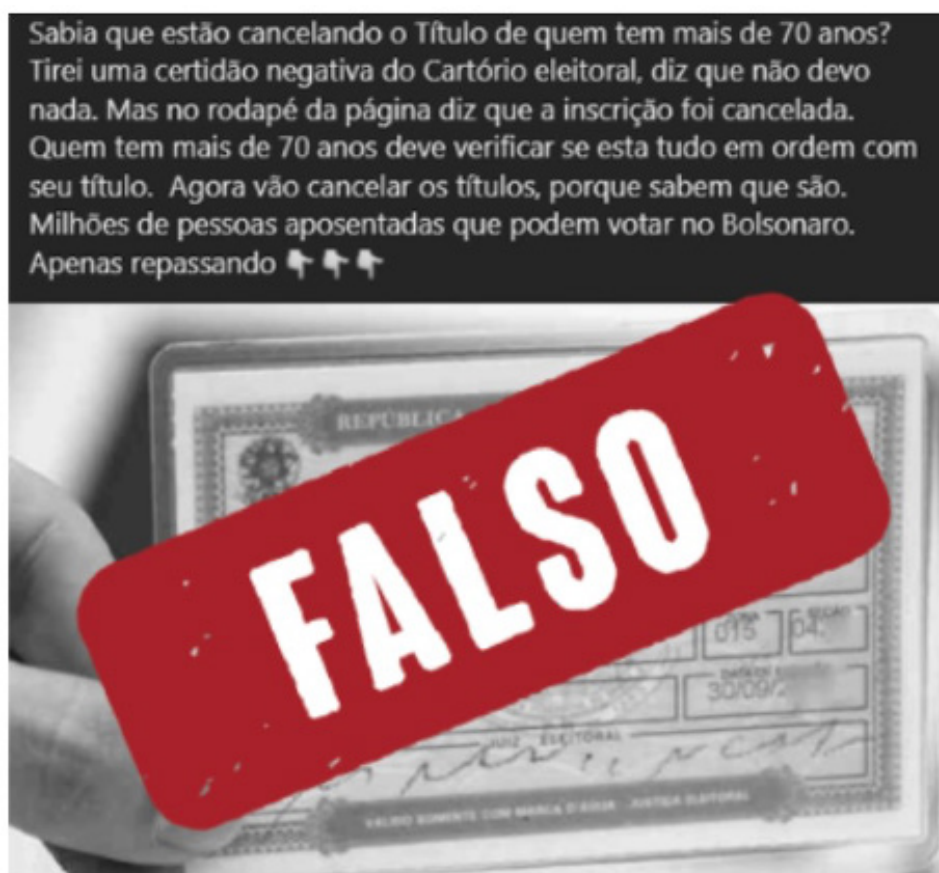
Com evidência, o artista estava em uma rua do país e a roupa não foi fruto de uma montagem, mas a legenda da postagem se apropriou do sentido atribuído ao vestuário para construir uma conclusão que, em essência, é falaciosa. Desde as manifestações pelo impeachment de Dilma Rousseff, em 2015 e 2016, setores da direita e da extrema direita, principalmente na vigência do mandato de Jair Bolsonaro, expunham seus alinhamentos conservadores e reacionários trajados com o uniforme da seleção brasileira de futebol. “Afim da pós-verdade é antes de tudo uma verdade contextual, que não pode ser escrita, posta no bolso e reapresentada amanhã, como garantia de fidelidade, compromisso ou esperança gerada pela palavra” (Dunker, 2017. p. 15).

A ideia de preconceito, reforçada pela aparição de frações de verdade, também esteve em voga em outras narrativas falaciosas. Quando se faz menção a uma lei federal (Afonso, 2022b), disponibilizando-a na postagem, é possível que isso induza muitas pessoas a acreditarem na obrigatoriedade do voto impresso, um pleito de Jair Bolsonaro, ainda que o documento seja datado de 2002. Na desinformação envolvendo o Inmetro (Nomura, 2022b), parece razoável compreender que, sendo responsabilidade da entidade certificar qualitativamente certos produtos, é passível julgar que as urnas também deveriam passar pelo mesmo crivo. Ou seja, ao partir de uma premissa procedente, pode-se obter uma conclusão equivocada, e a desinformação, no contexto da pós-verdade, explora essas dubiedades.

A mesma confusão é explorada na desinformação sobre a validade do título de eleitor para pessoas acima de 70 anos (Figura 6) (Gouveia & Souza, 2022). De acordo com a lei eleitoral, o voto passa a ser facultativo a partir dessa idade, podendo o eleitor ir ou não votar, sem qualquer tipo de prejuízo ou sanção. A desinformação parece se apropriar de uma regra estabelecida para confundir o cidadão, o que pode, no limite, gerar intercorrências. Aqui, trata-se de público mais vinculado a Bolsonaro em pesquisas de opinião da época (Garrett Júnior, 2022), o que explica a desinformação criada para gerar mobilização.

Figura 6

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “É falso que títulos de eleitor de maiores de 70 anos estão sendo cancelados pelo TSE”



Fonte: Gouveia e Souza (2022)

Em sentido inverso, o mesmo ruído pode ser gerado pela narrativa criada sobre os eleitores com 16 anos (Nomura, 2022e). Para pessoas com 16 ou 17 anos, o voto também é facultativo, de modo que quem

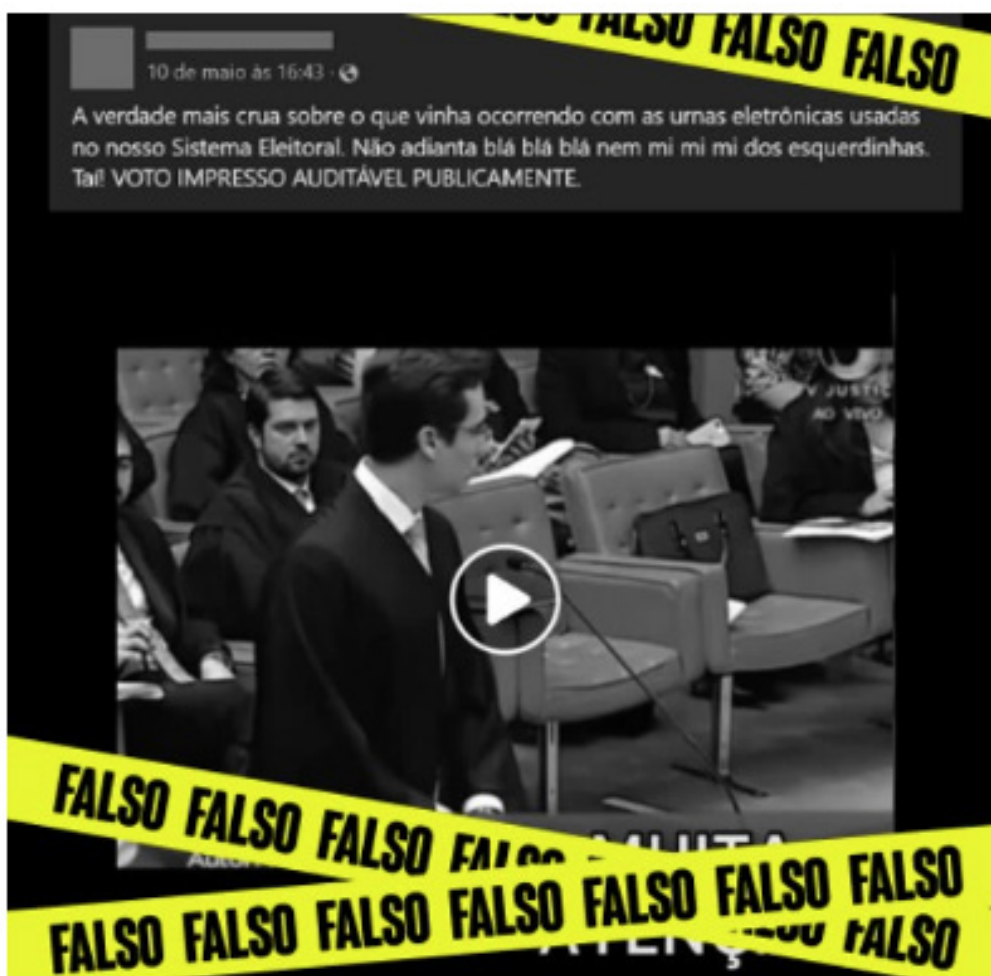
deseja votar precisa providenciar o seu título eleitoral. A desinformação chama a atenção para o fato de que o documento caracterizaria maioria penal, o que poderia desestimular as pessoas mais novas de voltarem, justamente a faixa etária que tinha maior propensão de votar em Lula.

Em convergência, citamos a reflexão de Waisbord (2018, p. 2 - tradução própria) sobre a dificuldade de se estabelecer parâmetros sólidos a respeito da realidade, na medida em que “a ‘pós-verdade’ captura novas condições para a comunicação pública que sinalizam a impossibilidade da verdade como avaliações compartilhadas sobre a realidade”.

Outras situações, como as que envolvem as urnas eletrônicas (Nomura, 2022f; Afonso, 2022f) e as pesquisas eleitorais (Marés, 2022; Coelho, 2022) também podem ser caracterizadas por informações verdadeiras, mas, quando tiradas de contexto, geram uma narrativa fraudulenta. Nesses casos, o contexto pode ser extraído por meio de falas geradas em outro tempo ou pela introdução de um componente falso, explorando preconceitos sobre pesquisas eleitorais e suas estéticas gráficas, como abordaremos na última categoria analítica.

Figura 7

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “Trecho de vídeo de 2018, que cita erros já corrigidos nas urnas, viraliza fora de contexto”



Fonte: Nomura (2022f)

Isso ocorre porque “a comunicação ‘pós-verdade’ denota a ausência de condições na esfera pública para que os cidadãos concordem com objetivos e normas processuais para determinar a verdade como afirmações verificáveis sobre a realidade” (Waisbord, 2018, p. 4 - tradução própria). Nesse aspecto, continua o autor (2018, p. 7 - tradução própria), “as comunidades digitais são presas fáceis de campanhas de desinformação”

Outra forma de gerar polarização é utilizar o depoimento ou fala de alguma personalidade conhecida ou respeitada enquanto autoridade fora de contexto (Macário, 2022b, 2022c). As falas foram, de fato, produzidas pelo cantor Fagner e pelo atleta Neymar (Figura 8), mas, enquanto o primeiro se dirigia a Jair Bolsonaro em 2018, o segundo se referia a Aécio Neves, candidato à presidência nas eleições de 2014.

Figura 8

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “Vídeo em que Neymar fala da importância do voto é antigo e não tem relação com Bolsonaro”



Fonte: Macário (2022c)

Novamente, identificamos frações de verdade, que não geram uma narrativa fidedigna, embora tenha potencial de enganar o internauta, já que ele parece indisponível a romper com o seu sistema de crenças (Seixas, 2019). Além disso, como afirma Santaella (2019), a comunicação é caracterizada por certa vagueza semântica, o que nos leva a interpretações no escopo das nossas crenças.

Vieses no processamento de informações, como percepção seletiva, viés de confirmação e inclinação para reforçar identidades de grupo, favorecem o consumo massivo e a distribuição de mentiras que se encaixam no preconceito e na desinformação existentes. (Waisbord, 2018, p. 7 - tradução própria)

O que se verifica é o aproveitamento deste contexto informacional turvo, banhado por múltiplas narrativas, muitas vezes contraditórias, ocasionando na sociedade elevada confusão. É também possível

notar novamente uma operação em prol da candidatura de Jair Bolsonaro, uma vez que o tom de alerta e risco, gerando apreensão, está voltado para um suposto condicionamento do processo eleitoral em todos os seus aspectos à derrota do então presidente, o que deslegitimaria o pleito.

Neste caso, inclusive, há o recurso de mencionar a eleição francesa, que ocorreu pouco antes da brasileira, denunciando, de maneira falsa, o prejuízo da candidata Marine Le Pen (Lopes, 2022c). Este dado indica que a desinformação tem uma articulação global, conectada a integrantes do mesmo espectro ideológico, no caso, a extrema-direita.

Na quinta categoria analítica, “construção do conteúdo”, notamos a presença majoritária de montagem entre texto e imagem, podendo esta ser foto (10) ou vídeo (11), sendo apenas cinco imagens totalmente fabricadas e um vídeo contendo encenação. Das 16 narrativas restantes, em 15 há fotos ou vídeos que versam sobre um pedaço do real, que é tirado de contexto, seja na linha do tempo, no espaço, nas pessoas envolvidas ou distorcido pela legenda da postagem. Esses elementos corroboram o contexto da pós-verdade.

Como se sabe, teorias da conspiração costumam trabalhar com “pedaços” de informação que são reais. Mas o conspiracionismo não está no conteúdo ou no agente individual: é uma propriedade do ambiente e de seu enquadramento. Assim, mesmo em formas moderadas de conspiracionismo, tudo o que acontece tende a ser reduzido aos poucos códigos que estruturam aquele enquadramento. (Cesarino, 2022, p. 240)

Em apenas um caso a desinformação conteve somente material escrito e em outro, conteúdo audiovisual, o que atesta que o fenômeno tem caráter multimídia. Santos Júnior (2022), ao realizar pesquisa sobre o caso “Laranjal do Boulos” durante as eleições municipais de São Paulo, em 2020, notou uma configuração transmidiática na desinformação, na medida em que ela percorreu diferentes plataformas e espaços.

Compreendemos que a construção multimídia da informação falsa concede a ela um incremento que eleva a probabilidade de engajamento. Vosoughi et al. (2018) realizaram um estudo a partir de 126 mil tweets, envolvendo 3 milhões de pessoas, entre 2006 e 2017. Eles identificaram que as informações falsas foram disseminadas em escala maior do que as notícias verdadeiras, cujos efeitos foram mais visíveis na política do que em outras áreas, como terrorismo, desastres naturais, ciência, lendas urbanas ou economia.

Do ponto de vista temporal, a desinformação é mais atual que as narrativas fraudulentas, e isso é um argumento para que as pessoas confiem naquela, cuja capacidade é de inspirar medo e repulsa. Embora os “robôs” exerçam papel no compartilhamento de informações mentirosas, o peso da disseminação recai sobre perfis humanos (Vosoughi et al., 2018).

Quanto às redes e aplicativos nos quais a informação circulou, a hegemonia do Facebook (16) não representa propriamente que a plataforma seja mais permissiva às informações falsas. A superioridade em relação ao WhatsApp (5) e Instagram (1) pode ser explicada pela maior abertura da rede social em relação ao aplicativo de mensagem, além de ser necessário levar em consideração o filtro da agência de checagem, que pode ter se debruçado mais sobre uma rede. De todo modo, é a partir do conteúdo espalhado no Facebook que os usuários mais acionam a agência Lupa, onde também fica registrada a quantidade de curtidas e compartilhamento, itens que denunciam o nível da viralização do material.

Fake news não são apenas notícias falsas, mas também plantadas, cultivadas e hipertrofiadas para que desorientem, confundam e enganem. Elas viralizam nas redes sociais, espalhadas por indivíduos desavisados ou interessados e por sistemas automatizados, como bots e algoritmos. (Christofoletti, 2018, p. 62 - grifo do autor)

Em quatro peças desinformativas há o apelo à estética jornalística, remetendo à lógica textual, como na construção da notícia com lide e pirâmide invertida¹, ou gráfica. Neste caso, duas narrativas fraudulentas se apropriaram da transmissão da CNN (Marés, 2022; Nomura, 2022d), ou para apresentá-la fora de contexto, ou para adulterar o seu conteúdo, além de uma publicação que simulava o layout do site de notícias G1 (Figura 9), vinculado ao Grupo Globo. Ainda, identificamos uma menção ao jornal The New York Times (Lopes, 2022b); uma publicação em blog (Lopes, 2022a); referências a institutos de pesquisas (Marés, 2022; Coelho, 2022; Nomura, 2022d), sendo um deles verdadeiro e outro, falso, embora nenhum com números exatos para o momento abordado; e a reprodução de uma entrevista realizada pelo canal do Jornal da Cidade Online no YouTube (Afonso, 2022f).

Figura 9

Checagem definida como “falsa” por Lupa, intitulada “É falsa notícia de jovem de 16 anos considerado maior de idade por ter título de eleitor”



Fonte: Nomura (2022e)

Existe uma relação dualista entre a desinformação e o jornalismo, a ponto do mesmo ser usado para dar credibilidade a uma informação falaciosa, como nos casos tratados acima. Em todos eles, há uma informação falsa ou distorcida, que apela à estética da imprensa, aproveitando, em certa medida, o nível de confiabilidade que ela guarda junto à sociedade.

Com esse mimetismo comunicacional, as fake news enganam os sistemas de proteção naturais e informais do debate público e, aí sim, contando mentiras, produzem seus estragos. É bastante sintomático que, para atrair um mínimo de confiança de uns ou outros, e para circular na esfera pública, elas precisem se passar por um relato jornalístico. (Bucci, 2019a, p. 38)

1. Trata-se de dois elementos básicos do texto noticioso tradicional. Enquanto o lide pressupõe a parte inicial do texto que se encarrega de responder às seis perguntas principais que circundam um fato (o quê, quem, onde, quando, por quê e como), a pirâmide invertida implica a disponibilização das informações em ordem decrescente de importância, simulando um triângulo de ponta-cabeça (Pereira Júnior, 2010).

No entanto, como o sistema de peritos se encontra em crise (Cesarino, 2022), a desinformação também opera em sentido inverso, promovendo a “desintermediação” (Cruz, 2019), ocorrência que aprofunda o viés populista das narrativas falaciosas, como já analisamos anteriormente. “O conspiracionismo sintetiza todo o poder de inversão antiestrutural das novas mídias: o modelo como elas aparentam oferecer acesso fácil e barato a mundos ocultos, escondidos e intocados por ‘elites’ midiáticas, políticas, intelectuais” (Cesarino, 2022, p. 242-243).

Considerações finais

Em uma realidade mediada, as decisões de natureza política exigem que o cidadão e as autoridades públicas estejam bem informados, sob o risco das escolhas serem equivocadas. No caso específico da democracia, que convoca a população, direta ou indiretamente, a promover iniciativas de cunho decisório, o papel da comunicação é ainda mais central, atingindo o seu ápice no processo eleitoral.

Assim, o objetivo central deste trabalho foi detectar a dinâmica de produção de desinformação, permeada pelo contexto da pós-verdade e dos componentes constituintes da narrativa populista, tendo em perspectiva o pleito presidencial brasileiro de 2022. Em articulação, o problema de pesquisa que buscamos responder é “em que medida a pós-verdade e o populismo operaram na produção de informação falsa sobre as eleições presidenciais brasileiras de 2022?”

Para isto, selecionamos todas as checagens procedidas pela agência Lupa e definidas como “falsas” sobre o processo eleitoral, entre janeiro e maio de 2022, resultando em 22 unidades de registro. Do ponto de vista procedimental, a coleta foi realizada manualmente, a partir de pesquisa exploratória no site da checadora, selecionando todas as postagens a respeito das eleições. Na sequência, com base na bibliografia sobre desinformação, pós-verdade e populismo, além dos elementos hegemônicos do corpus, estabelecemos cinco categorias analíticas, quais sejam: objeto da desinformação; criação de antagonismos; tom das narrativas; frações de verdade; e construção do conteúdo.

Do ponto de vista quantitativo, identificamos dez elementos distintos que aparecem como objeto das peças desinformativas checadas por Lupa. São eles, do mais para o menos recorrente, podendo o mesmo figurar em duas ou mais narrativas aferidas: urnas eletrônicas (8); apoio ao ex-presidente (4); pesquisas eleitorais (4); título de eleitor (3); biometria (1); voto impresso (1); Lei Federal (1); Justiça Eleitoral (1); STF (1); eleição na França (1).

Os achados indicam, em concordância com Cesarino (2022), que as narrativas fraudulentas atuam em prol de um viés ideológico, podendo haver uma permissividade maior das plataformas na circulação desses conteúdos com base em interesses políticos, na medida em que implícita ou explicitamente fazem apologia à candidatura de Jair Bolsonaro. Outro dado relevante, por ser majoritário, é a aparição da urna eletrônica como principal objeto de desinformação, em consonância com reivindicações pregressas do ex-presidente (CNN, 2023), indicando a afinidade ideológica das informações falsas.

Na segunda categoria de análise, também mensurada quantitativamente, identificamos outros dez itens com os quais a desinformação rivalizou, sendo eles: Luís Roberto Barroso (13,3%); TSE (13,3%); Lula/PT (13,3%); Não há (13,3%); Sistema Eleitoral (10%); Esquerda/Comunista (10%); Outros Candidatos (10%); Justiça Eleitoral (6,7%); Mídia/Jornalismo (6,7%); Pesquisa eleitorais (3,3%).

Com isso, não apenas ratificamos a impressão de que a desinformação tem posicionamento e se coloca na disputa eleitoral, com o estabelecimento de antagonismos diante de Lula/PT; Esquerda/Comunista; e Outros candidatos, como também é possível ponderar que o falseamento da realidade, no escopo da política e do escrutínio eleitoral, atuou de modo a deslegitimar o ordenamento do voto. Ao rivalizar com Luís Roberto Barroso, então presidente do Tribunal Superior Eleitoral, com o próprio TSE e com a Justiça Eleitoral, tem-se o questionamento à legitimidade do processo, implementando desconfiança aliada a teorias conspiratórias. Indissociável desta questão está o que se entende por “comunicação populista”, na medida em que, direta ou indiretamente, as construções falaciosas invocam características

do populismo, sejam mais genéricas, como postulam Laclau (2005), Canovan (1999) e Mudde (2007), sejam mais particulares, como ataque às elites e ostracização do outros, conforme ponderam Ággio e Castro (2020), Mazzoleni e Bracciale (2018) e de Vreese et al. (2018). Por fim, no aspecto das instâncias que detêm centralidade em uma democracia liberal, tais como a imprensa, a desinformação se fundamenta na oposição às mídias tradicionais e ao jornalismo, como propõem Canovan (1999) e Mudde (2007), movimento interessante às plataformas no âmbito da disputa pelo fluxo informacional.

No “teor discursivo” das narrativas falaciosas, detectamos sete modalidades, quais sejam: alerta/risco (13); apologia a Bolsonaro (3); enfrentamento (3); revelação (3); religioso/heróico (1); e não há (1). Assim como notado na quarta categoria, aqui temos a presença de elementos da pós-verdade, considerando que a tônica é o apelo às emoções do internauta. A geração do engajamento e, portanto, da repercussão nesses termos foi discutida por Dunker (2017), Seixas (2019) e Bruno e Roque (2019), cujo paralelo com a polarização é definitivo.

Na quarta categoria, também no âmbito da pós-verdade, em apreciações qualitativas, depreendemos que a desordem informativa (Wardle & Derakhshan, 2017) é causada também pela verdade contextual (Dunker, 2017) que a desinformação carrega consigo, sendo raramente uma fabricação completa de uma realidade inexistente. Outro elemento importante a ser destacado é o fato das narrativas explorarem preconceitos (Dunker, 2017) e juízos morais (Lelo & Caminhas, 2021), amalgamando vieses de confirmação (Sunstein et al., 2016; Waisbord, 2018).

Na categoria “construção do conteúdo”, observamos que a deturpação do contexto se dá sobre o tempo, o espaço, as pessoas envolvidas ou na legenda da postagem, majoritariamente em compartilhamentos feitos no Facebook. Não é possível afirmar que se trata da rede social mais permissiva às informações falsas, na medida em que ela é mais aberta e passível de monitoramento por parte das agências de checagem do que aplicativos de mensagens, como WhatsApp e Telegram.

Além disso, é notável que a desinformação apela para o uso de duas ou mais mídias, combinando, dois a dois, texto e foto ou texto e vídeo, composição que pode torná-la mais persuasiva. O convencimento também pode se configurar a partir de outro achado deste estudo, relativo à mimese jornalística (Bucci, 2019a) praticada pelas narrativas falaciosas. Ao imitar o layout de sites ou manipular imagens de programas televisivos jornalísticos, a desinformação, ao mesmo tempo que tem no jornalismo e na mídia tradicional dois rivais na disputa pelo fluxo informacional, aproveita-se da credibilidade imputada à imprensa para emprestar confiabilidade a seus conteúdos.

Dessa forma, concluímos que o fenômeno da desinformação explorou atributos da pós-verdade e da retórica populista para estabelecer uma narrativa própria sobre as eleições presidenciais de 2022, entre os meses de janeiro e maio daquele ano. Embora a nossa amostra contemple todas as checagens feitas por Lupa durante os cinco primeiros meses daquele ano sobre o pleito eleitoral definidas como “falsas”, em um total de 22, é possível identificar a finalidade político-partidária das informações falsas, imputando dúvida sobre instituições da democracia e a própria credibilidade do resultado final do escrutínio.

A partir deste trabalho, será possível colocar em perspectiva o funcionamento da desinformação em outros contextos eleitorais, já projetando as eleições municipais de 2024 e os desdobramentos para a disputa de 2026. Ao que parece, a informação falsa, seja ela jornalística, independente ou anônima, potencializada pela lógica de funcionamento das redes, tende a influenciar decisões vindouras, posto que o trabalho de contê-la não é trivial. Neste caso, pensar na regulamentação das plataformas, a curto prazo, e um trabalho de literacia midiática como política pública na área da Educação, mais adiante, podem ser alternativas para o enfrentamento do cenário vigente.

Referências bibliográficas

- Afonso, N. (2022a). *Aplicativo que simula votação em Lula não tem relação com urnas eletrônicas oficiais*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/01/04/verificamos-aplicativo-urna-lula/>.
- Afonso, N. (2022b). É falso que Bolsonaro exigiu do TSE cumprimento de lei sobre voto impresso. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/02/04/verificamos-bolsonaro-lei-voto-impresso/>.
- Afonso, N. (2022c). É falso que ‘líder dos advogados do PT’ foi flagrado ao revelar fraude em pesquisas eleitorais. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/19/verificamos-pt-advogado-pesquisa/>.
- Afonso, N. (2022d). *Documento mostrado em vídeo não comprova cancelamento de título de eleitor do Maranhão*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/25/verificamos-cancelamento-titulo-maranhao/>.
- Afonso, N. (2022e). É falso que dispositivo ‘chupa cabra’ consegue transferir votos de um candidato para outro. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/05/13/verificamos-e-falso-que-dispositivo-chupa-cabra-consegue-transferir-votos-de-um-candidato-para-outro/>.
- Afonso, N. (2022f). É falso que peritos da PF demonstraram que urnas eletrônicas não são confiáveis. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/05/20/verificamos-peritos-pf-urnas/>.
- Aggio, C., & Castro, F. (2020). “Meu partido é o povo”: Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. *Comunicação & Sociedade*, 42(2), 429-465. <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v42n2p429-465>.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), pp. 211-36. DOI: 10.1257/jep.31.2.211. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>.
- Alexander, J. C. (2018). Vociferando contra o Iluminismo: a ideologia de Steve Bannon. *Sociologia & Antropologia*, 8(3), pp. 1009-1023. <https://doi.org/10.1590/2238-38752018v8310>.
- Amaral, I., & Santos, S. J. (2019). Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade. Em *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização e filter bubbles* (pp. 63-85). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Arendt, H. (1967). Verdade e política. (Manuel Alberto, Trad.). *The New Yorker*. <http://abdet.com.br/site/wp-content/uploads/2014/11/Verdade-e-pol%C3%ADtica.pdf>.
- Baptista, C. Digitalização, desinformação e notícias falsas – uma perspectiva histórica. Em *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização e filter bubbles* (pp. 47-62). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Bardin, L. ([1977] 2002). *Análise de Conteúdo* (Luís Antero Reto & Augusto Pinheiro, Trad.). Lisboa: Edições 70.
- Braga, R. M. da C. (2018). A indústria das fake news e o discurso de ódio. Em *Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio* (pp. 203-220). Belo Horizonte: IDDE.
- Branco, S. (2017). Fake news e os caminhos para fora da bolha. *Interesse Nacional*, 38: pp. 51-61. <https://interessenacional.com.br/fake-news-e-os-caminhos-para-fora-da-bolha/>.
- Bruno, F., & Roque, T. (2019). A ponta de um iceberg de desconfiança. Em *Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas* (pp. 13-24). Rio de Janeiro: Cobogó.
- Bucci, E. (2018). Pós-política e corrosão da verdade. *Revista USP*, (116), pp. 19-30. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i116p19-30>.

- Bucci, E. (2019a). News não são fake – e fake news não são news. Em *Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas* (pp. 37-48). Rio de Janeiro: Cobogó.
- Bucci, E. (2019b). *Existe democracia sem verdade factual?* Barueri-SP: Estação das Letras e Cores.
- Canovan, M. (1999). Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, 47(1), 2-16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>.
- Cesarino, L. (2019). Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Internet & Sociedade*, 1(1), pp. 92-120. <https://revista.internetlab.org.br/serifcomo-vencer-uma-eleicao-sem-sair-de-casa-serif-a-ascensao-do-populismo-digital-no-brasil/>.
- Cesarino, L. (2022). *O mundo do avesso: verdade e política na era digital*. São Paulo: Ubu Editora.
- Christofoletti, R. (2018). Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. *RuMoRes*, 12(23), 56-82. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2018.144229>.
- CNN. (2022). *Brasil tem mais smartphones que habitantes, aponta FGV*. <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/brasil-tem-mais-smartphones-que-habitantes-aponta-fgv/>.
- CNN. (2023). *Relembre vezes em que Jair Bolsonaro questionou o sistema eleitoral*. CNN. <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/relembre-vezes-em-que-jair-bolsonaro-questionou-o-sistema-eleitoral/>.
- Coelho, N. (2022). É falsa pesquisa que indica Bolsonaro com 65% das intenções de voto para a Presidência (2022). <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/03/24/verificamos-pesquisa-ibapesq-bolsonaro/>.
- Costa, M. C. C., & Romanini, V. (2019). A educomunicação na batalha contra as fake news. *Comunicação & Educação*, 24(2), pp. 66-77. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9125.v24i2p66-77>.
- Cruz, Francisco B. (2019). Fake news definem uma eleição? Em *Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas* (pp. 25-36). Rio de Janeiro: Cobogó.
- Delmazo, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), pp. 155-169. https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_11.
- Dunker, C. (2017). Subjetividade em tempos de pós-verdade. Em *Ética e pós-verdade* (pp. 7-38). Dublinense: Porto Alegre.
- Fausto Neto, A. Fake News e circulação de sentido nas eleições presidenciais brasileiras - 2018. Em *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização e filter bubbles* (pp. 177-197). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Ferreira, R. R. (2018). Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira. *Observatorio (OBS*)*, 12(5), pp. 139-162. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181272>.
- Garrett Junior, G. (2022). *Pesquisa eleitoral: Lula tem vantagem sobre Bolsonaro entre jovens e adultos até 44 anos*. Brasil. <https://exame.com/brasil/pesquisa-eleitoral-lula-tem-vantagem-sobre-bolsonaro-entre-jovens-e-adultos-ate-44-anos/>.
- Gouveia, J., Souza, L. P. (2022). É falso que títulos de eleitor de maiores de 70 anos estão sendo cancelados pelo TSE. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/03/28/verificamos-titulo-idoso-tse/>.
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lelo, T. V., & Caminhas, L. R. P. (2021). Desinformações sobre gênero e sexualidade e as disputas pelos limites da moralidade. *MATRIZES*, 15(2), pp. 179-203. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p179-203>.
- Lopes, P. (2022a). É falso que Barroso, do STF, disse que Bolsonaro só será reeleito ‘por cima do seu cadáver’. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/05/barroso-bolsonaro-reeleito-cadaver/>.
- Lopes, P. (2022b). É falso que *Elon Musk declarou voto em Jair Bolsonaro ao The New York Times*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/29/elon-musk-voto-bolsonaro/>.

- Lopes, P. (2022c). É falso que polícia francesa encontrou votos escondidos que elegeriam Marine Le Pen. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/05/16/policia-votos-le-pen/>.
- Macário, C. (2022a). *Biometria não será obrigatória para todos os eleitores nas eleições de 2022*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/01/26/verificamos-biometria-eleicoes-2022/>.
- Macário, C. (2022b). *Video do cantor Fagner em apoio à eleição de Bolsonaro é de 2018, não de 2022*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/14/verificamos-fagner-apoio-bolsonaro-2018/>.
- Macário, C. (2022c). *Video em que Neymar fala da importância do voto é antigo e não tem relação com Bolsonaro*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/14/verificamos-fagner-apoio-bolsonaro-2018/>.
- Macário, C. (2022d). *Voto para presidente não é invalidado se eleitores votarem em branco para outros cargos*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/05/12/verificamos-voto-presidente-invalidado-voto-branco/>.
- Marcondes Filho, Ciro. Apresentação - Fake news: o buraco é muito mais embaixo. In: SANTOS, João F. S. *Em As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização e filter bubbles* (pp. 17-33). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Marés, C. (2022). É antiga pesquisa da CNN que mostra Bolsonaro na liderança da corrida presidencial. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/03/11/verificamos-bolsonaro-pesquisa-cnn/>.
- Mazzoleni, G., Bracciale, R. (2018). Socially mediated populism: the communicative strategies of political leaders on Facebook. *Palgrave Commun* 4 (50), pp. 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41599-018-0104-x>.
- Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nery, C., & Britto, V. (2022). *Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021*. PNAD TIC. <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>.
- Nomura, B. (2022a). É falso que ator Henry Cavill declarou apoio ao presidente Jair Bolsonaro. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/01/18/verificamos-henry-cavill-bolsonaro/>.
- Nomura, B. (2022b). *Certificação de qualidade das urnas eletrônicas não é atribuição do Inmetro*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/02/08/verificamos-inmetro-urnas-eletronicas/>.
- Nomura, B. (2022c). É falso que TSE entregou código-fonte das urnas eletrônicas para Smartmatic. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/03/02/verificamos-tse-codigo-fonte-smartmatic/>.
- Nomura, B. (2022d). É falsa pesquisa que mostra Bolsonaro com 57% das intenções de voto para a Presidência. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/03/29/verificamos-pesquisa-cnn-bolsonaro-57/>.
- Nomura, B. (2022e). É falsa notícia de jovem de 16 anos considerado maior de idade por ter título de eleitor. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/04/13/verificamos-jovem-maior-idade-titulo/>.
- Nomura, B. (2022f). *Trecho de vídeo de 2018, que cita erros já corrigidos nas urnas, viraliza fora de contexto*. Verificação. <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/05/12/verificamos-falhas-urnas-stf/>.
- Oliveira, C. (2022). *Trump e Bannon aconselharam Bolsonaro a contestar eleição, Frota deixa transição e mais*. Brasil de Fato. <https://www.brasildefato.com.br/2022/11/25/trump-e-bannon-aconselharam-bolsonaro-a-contestar-eleicao-frota-deixa-transicao-e-mais>.
- Oxford Learner's Dictionaries. (2016). *Post-truth*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/post-truth?q=post-truth>.

- Pereira Junior, L. C. ([2006] 2010). *A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa*. Petrópolis-RJ: Vozes.
- Peres, S. (2022). *36 milhões de pessoas não têm acesso à internet no Brasil*. Poder 360. <https://www.poder360.com.br/tecnologia/36-milhoes-de-pessoas-nao-tem-acesso-a-internet-no-brasil/>.
- Pozobon, R. de O., & Kegler, B. (2021). Fake news, pós-verdade e os limites (ou desafios) da opinião pública na sociedade da plataforma. *Organicom*, 17(34), pp. 48-57. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.170515>.
- Recuero, R., & Gruzd, A. (2019). Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia*, 41, pp. 31-47. DOI: 10.1590/1982-25542019239035. <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/39035/28669>.
- Rocha, L. V. (2020). As narrativas sobre as queimadas na Amazônia a partir do conceito de desinformação. Em *Vulnerabilidades, narrativas e identidades* (p. 213-234). Belo Horizonte: UFMG. https://livroaberto.ufpa.br/jspui/bitstream/prefix/951/1/Livro_VulnerabilidadesNarrativasIdentidades.pdf.
- Roxo, M. A., & Melo, S. (2018). Hiperjornalismo: Uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. *Revista FAMECOS*, 25(3), pp. 1-19. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.30572>.
- Santaella, L. (2019). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri-SP: Estação das Letras e Cores.
- Santos Júnior, M. A. dos. (2022). Desinformação multiplataformas: Análise da circulação do caso Laranjal do Boulos. *Revista FAMECOS*, 29(1), pp. 1-18. DOI: 10.15448/1980-3729.2022.1.42803. <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/42803>.
- Seixas, R. (2019). A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. *Revista Eletrônica De Estudos Integrados Em Discurso e Argumentação*, 18(1), pp. 122-138. <https://doi.org/10.17648/eidea-18-2197>.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9, pp. 1-9. DOI: 10.1038/s41467-018-06930-7. <https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7.pdf>.
- Spinelli, E. M., & Ramos, D. O. Fake News e circulação de sentidos nas eleições presidenciais brasileiras – 2018. Em *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: manipulação, polarização e filter bubbles* (pp. 177-198). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Sunstein, C. R., Quattrociochi, W., & Scala, A. (2016). *Echo Chambers on Facebook*. 2016. https://www.researchgate.net/publication/331936299_Echo_Chambers_on_Facebook/link/5c93b14b299bf111693e20f4/download.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), pp. 1146-1151. <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-pdf>.
- de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423-438. <https://doi.org/10.1177/1940161218790035>.
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), pp. 1-18. DOI: 10.1080/22041451.2018.1428928. Arquivo em PDF.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>.