



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E POLÍTICA
(ILAESP)**

LICENCIATURA EM FILOSOFIA

O PAPEL DAS *FAKE NEWS* NAS ELEIÇÕES DE 2018, NO BRASIL

CRISTIANO KIELING

FOZ DO IGUAÇU

2022



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ECONOMIA, SOCIEDADE E POLÍTICA
(ILAESP)**

LICENCIATURA EM FILOSOFIA

O PAPEL DAS *FAKE NEWS* NAS ELEIÇÕES DE 2018, NO BRASIL

CRISTIANO KIELING

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciado em Filosofia.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Idete Teles do Santos

FOZ DO IGUAÇU

2022

CRISTIANO KIELING

O PAPEL DAS FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES DE 2018, NO BRASIL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Economia, Sociedade e Política da Universidade Federal da Integração Latino-Americana, como requisito parcial à obtenção do título de Licenciado em Filosofia.

Orientador: Prof.^a Dr.^a Idete Teles dos Santos

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof.^a Dr.^a Idete Teles dos Santos
UNILA

Prof.^a Dr.^a Juliana Franzi
UNILA

Prof.^a Dr.^a Maria Luz Mejias Herrera
Universidad Central Marta Abreu de Las Villas

Foz do Iguaçu, 28 de Março de 2022.

TERMO DE SUBMISSÃO DE TRABALHOS ACADÊMICOS

Nome completo do autor: Cristiano Kieling

Curso: Licenciatura em Filosofia

Documento de identificação (RG, CPF, Passaporte, etc.): 010.xxx.xxx-97

E – mail: cristianokielsing.contato.ub71j@slmail.me

Fone:51 9 xxxx-x712

Tipo de Documento	
(x) graduação	(....) artigo
(.....) especialização	(x) trabalho de conclusão de curso
(.....) mestrado	(.....) monografia
(.....) doutorado	(.....) dissertação
	(.....) tese
	(.....) CD/DVD – obras audiovisuais
	(.....) _____

Título do trabalho acadêmico: O Papel das *Fake News* nas Eleições de 2018, no Brasil.

Nome do orientador: Idete Teles dos Santos

Data da Defesa: 28 / 03 / 2022

Licença não-exclusiva de Distribuição

O referido autor:

a) Declara que o documento entregue é seu trabalho original, e que o detém o direito de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.

b) Se o documento entregue contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à UNILA – Universidade Federal da Integração Latino-Americana os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento entregue.

Se o documento entregue é baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não a Universidade Federal da Integração Latino-Americana, declara que cumpriu quaisquer obrigações exigidas pelo respectivo contrato ou acordo.

Na qualidade de titular dos direitos do conteúdo supracitado, o autor autoriza a Biblioteca Latino-Americana – BIUNILA a disponibilizar a obra, gratuitamente e de acordo com a licença pública [Creative Commons Licença 3.0 Unported](#).

Foz do Iguaçu, 14 de Abril de 2022.



Assinatura do Responsável pela doação

Recebido por: _____ em: ____/____/____

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais Nelci Kieling
e Geraldo C. Kieling (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a minha orientadora, Prof.^a Dr.^a Idete Teles dos Santos, pela pronta disposição e por ter acreditado em meu potencial com esse projeto, etapa fundamental para conclusão dessa graduação.

Agradeço também ao meu esposo, Cláudio Renato de Camargo Mello, por sempre ter me dado apoio para seguir nessa área do conhecimento, desde quando nos conhecemos, lá em 2015 e que nunca deixou de acreditar em mim.

A todos os professores que durante essa jornada contribuíram com um pedacinho de conhecimento em suas respectivas áreas e em especial a professora Maria Luz Mejias Herrera, que nos incentivou tanto por refletir sobre algum tema que tivesse um impacto real no nosso cotidiano e que resultou nesse trabalho.

A todos os meus colegas de graduação que compartilharam as alegrias e angustias da formação em uma área do conhecimento tão negligenciada em nosso país como a Licenciatura em Filosofia. Em especial, aos amigos Fernanda Marinho, Alana Mathes, Márcio Pinheiro, Rodrigo Queiroga, Anderson Santos e Paulo de Aquino.

A todos da minha família que ajudaram com suporte aos meus pais enquanto estive em Foz do Iguaçu, especialmente durante o período mais crítico de saúde do meu pai. Agradeço também a família de meu esposo que sempre deu todo apoio a realização de nossos objetivos e que esteve ao nosso lado constantemente.

E a todas as demais pessoas que de algum modo contribuíram para a realização dessa etapa tão importante da vida de uma pessoa.

Para finalizar, ao Ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e seu ex-ministro da educação Fernando Haddad, por terem criado essa universidade ímpar chamada UNILA e que acolhe estudantes de toda América Latina. Mesmo sob constantes ataques de cunho político-ideológico, essa universidade resistirá sempre!

...
Agora a minha história é um denso algoritmo
Que vende venda a vendedores reais
Neurônios meus ganharam novo outro ritmo
E mais e mais e mais e mais e mais

...
Primavera Árabe e logo o horror
Querer que o mundo acabe-se
Sombras do amor

...
(Caetano Veloso)

RESUMO

As eleições de 2018 no Brasil não foram marcadas apenas pelo discurso de campanha eleitoral composto por inúmeras promessas e ataques verbais contra candidatos adversários. Foi nítida também, a presença marcante de mentiras e distorções difundidas pelas redes sociais e disfarçadas de notícias, criando a imagem de um país devastado, moral e economicamente, pela esquerda. Desta forma, o presente artigo busca entender o fenômeno das *fake news* quando utilizadas em contexto de campanha eleitoral, relacionando-as aos procedimentos de controle e delimitação do discurso apresentados pelo pensador Michel Foucault. Assim, não podemos deixar de analisar também o meio em que estas mentiras circularam e como estas podem afetar uma das principais características de uma democracia representativa, a saber, o processo eleitoral. De caráter exploratório, a investigação bibliográfica utilizará as reflexões de Nádia Urbinati acerca do papel da representação democrática, de Michel Foucault sobre o discurso e suas implicações, e de Tandoc et al. (2018) para conceituação de *fake news*, bem como avaliar algumas notícias falsas que circularam pelas redes durante a campanha presidencial de 2018. Com isso, buscaremos sustentar a hipótese de que, apesar de uma suposta fragilidade da democracia representativa devido a manipulação da opinião pública, as *fake news* não conferem necessariamente a morte do estado democrático, apesar das consequências negativas que essa manipulação pode trazer.

Palavras-chave: Discurso; *fake news*; democracia; representação.

RESUMEN

Las elecciones de 2018 en Brasil no solo estuvieron marcadas por el discurso de campaña electoral compuesto por numerosas promesas y ataques verbales contra candidatos opositores. También quedó patente la marcada presencia de mentiras y tergiversaciones difundidas por las redes sociales y disfrazadas de noticia, creando la imagen de un país devastado, moral y económicamente, por la izquierda. De esta forma, este artículo busca comprender el fenómeno de las fake news cuando se utilizan en el contexto de una campaña electoral, relacionándolas con los procedimientos de control y delimitación del discurso presentados por el pensador Michel Foucault. Así, no podemos dejar de analizar también el medio por el cual circularon estas mentiras y cómo pueden afectar una de las principales características de una democracia representativa, a saber, el proceso electoral. Con carácter exploratorio, la investigación bibliográfica utilizará las reflexiones de Nádía Urbinati sobre el papel de la representación democrática, de Michel Foucault sobre el discurso y sus implicaciones, y de Tandoc et al. (2018) para la conceptualización de las noticias falsas, así como la evaluación de algunas noticias falsas que circularon en las redes durante la campaña presidencial de 2018. Las noticias falsas no necesariamente confieren la muerte del estado democrático, a pesar de las consecuencias negativas que esta manipulación puede tener. traer.

Palabras clave: Discurso; fake news; democracia; representación.

ABSTRACT

The 2018 elections in Brazil were not only marked by the electoral campaign speech made up of numerous promises and verbal attacks against opposing candidates. It was also clear the marked presence of lies and distortions spread by social networks and disguised as news, creating the image of a country devastated, morally and economically, by the left. In this way, this article seeks to understand the phenomenon of fake news when used in the context of an electoral campaign, relating them to the procedures of control and delimitation of the discourse presented by the thinker Michel Foucault. Thus, we cannot fail to also analyze the medium in which these lies circulated and how they can affect one of the main characteristics of a representative democracy, namely, the electoral process. With an exploratory character, the bibliographic research will use the reflections of Nadia Urbinati about the role of democratic representation, of Michel Foucault on discourse and its implications, and of Tandoc et al. (2018) for the conceptualization of fake news, as well as evaluating some fake news that circulated on the networks during the 2018 presidential campaign. , fake news does not necessarily confer the death of the democratic state, despite the negative consequences that this manipulation can bring.

Keywords: Discourse; fake news; democracy; representation.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 DEMOCRACIA REPRESENTATIVA EM METAMORFOSE.....	13
3 FOUCAULT E A ORDEM DOS DISCURSOS.....	18
4 REDES SOCIAIS E <i>FAKE NEWS</i>.....	23
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32

1 INTRODUÇÃO

Em 2013 uma expressão ficou amplamente conhecida, principalmente através da grande mídia que exibia as manifestações massivas que tomaram conta das ruas das principais capitais do Brasil: “O Gigante Acordou”¹ diziam muitas faixas durante os protestos daquele ano que, inicialmente pediam a redução das passagens de ônibus em São Paulo, mas que, ao passar do tempo, foram incorporando pautas difusas, genéricas e heterogêneas. Isso pode ser lembrado pelo acervo de imagens das manifestações, mantido pelo projeto Grafias de Junho.² Os anos seguintes seriam difíceis. As eleições de 2014 foram acirradas e com candidato não eleito, Aécio Neves, questionando os resultados em juízo. Cabe ainda destacar que o ano de 2014 teve uma ocorrência chave e que acendeu um sinal de alerta para o potencial danoso das *fake news* para a sociedade. Um boato difundido pelo Facebook como forma de notícia, circulou por grupos de uma comunidade do Rio de Janeiro. Ele alertava para uma mulher que estaria sequestrando crianças para realização de 'rituais de magia negra'. O ápice dessa mentira foi a divulgação de um retrato falado que serviria para identificar a tal mulher e que resultou no linchamento de uma mãe de família inocente que passava pela comunidade para visitar parentes que ali residiam. O relato do crime pode ser conferido no 'Canal Ciências Criminais'³, cuja descrição desse ato bárbaro, remete ao do suplício de Damien, descrito por Michel Foucault na obra 'Vigiar e Punir' de 1975.

Mais dois anos se passariam e aconteceria o impeachment de Dilma Rousseff⁴ em 2016, com direito a ‘homenagem’ sórdida ao seu torturador⁵ dos tempos em que havia sido presa política, na época da ditadura. Ao proferir seu voto no processo de afastamento da então presidenta, Jair Bolsonaro, ao vivo para todo o país, saúda um assassino em rede nacional e nada aconteceu com ele. Mais dois anos se passariam e essa mesma figura, que já exibia nítidos “traços fascistas”, se elegeria presidente do Brasil. Vale ressaltar que, como traços fascistas, não podemos nos referir ao modelo clássico que apareceu na Itália no período de Mussolini. Aqui o termo está alinhado com o neofascismo, no qual o indivíduo apresenta um ‘patriotismo exagerado e violento’, com certo ‘desprezo pelos valores da democracia liberal’

1 O ANO EM QUE O GIGANTE ACORDOU, 2013

2 Grafias de Junho é um projeto colaborativo em busca da reconstituição da memória sobre o maior ciclo de manifestações da história recente do país. O projeto é abrigado no grupo de pesquisa Cosmópolis, da UFMG, em colaboração com o Laboratório para Outros Urbanismos, da USP.

3 Autotutela do século XXI: o linchamento de Fabiane Maria de Jesus. (CASTRO, 2018)

4 GARCIA *et al.*, 2016

5 BARBA; WENTZEL, 2016

e, mais importante, a “retórica violenta contra supostos ‘inimigos internos’ que contribuem para a degradação da moral da nação”⁶.

Outro fator muito importante nas eleições de 2018, foi o antipetismo. O potencial eleitorado do Partido dos Trabalhadores, partido este que trouxe muitas melhorias ao país ao longo de seus mais de 12 anos de mandato⁷, passou a ser literalmente odiado por parte da população. Em alguns casos, pessoas que simplesmente vestiam vermelho, as vezes sem fazerem parte de nenhuma manifestação a favor do partido citado, corriam risco de serem agredidas⁸ por apoiadores dessa investigação. A polarização política, assustou e ainda assusta, desde então. Uma parcela desse ódio se deve a uma investigação que ficou mundialmente conhecido como ‘Operação Lava-Jato’⁹. Esta, serviu para alimentar as campanhas com apelo populista em 2018. Sob o comando do então juiz Sérgio Moro, essa operação acabou contribuindo para a inelegibilidade do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, favorito a vencer as eleições naquele ano. Posteriormente, constatada a parcialidade do juiz que chefiava os desdobramentos da investigação, ficou mais evidente a prática de *lawfare*¹⁰ por parte do magistrado.

Exposta, de maneira breve, a materialidade dos fatos sobre a eleição de um potencial autocrata em nossa jovem democracia, o objetivo geral desse artigo é o de analisar o uso de *fake news* durante a campanha eleitoral brasileira de 2018, buscando compreender seu papel neste processo através da perspectiva foucaultiana do discurso. Para contemplar o objetivo proposto, é necessário definir o que é discurso para Michel Foucault, bem como identificar o papel que as notícias falsas exercem quando utilizadas no contexto eleitoral, buscando demonstrar que estas não deslegitimam o papel do pleito em um contexto democrático, mas podem trazer consequências nefastas para manutenção da democracia.

Nossa hipótese é de que, mesmo que as *fake news* desestabilizem as eleições, traço característico de uma democracia representativa, não são elas próprias uma ameaça ao regime. A ameaça estaria na possibilidade de tornar elegível indivíduos com potencial autocrático e ditatorial que alçam o poder através de um discurso populista que altera e distorce a percepção da realidade de parte da população. Para tal feito, utilizamos como

6 SILVA, [s. d.]

7 LOPES, 2018, POMPE, 2018, PEIXOTO, 2010

8 CASTILHO, 2016

9 Com ampla cobertura da mídia brasileira, a Lava-Jato foi uma operação policial, investigativa, que recebeu esse nome inicialmente por estar focada em postos de combustíveis e de lava a jato de automóveis que estariam sendo utilizados para lavagem de dinheiro. Essa operação se expandiu, chegando a escândalos de corrupção envolvendo a estatal Petrobras por meio do Ministério Público. Mais detalhes em: (ENTENDA O CASO — CASO LAVA JATO, [s. d.]

10 Uso ou manipulação das leis como um instrumento de combate a um oponente desrespeitando os procedimentos legais e os direitos do indivíduo que se pretende eliminar. (IGNACIO, 2020)

método a pesquisa exploratória (BARBOSA; COSTA, 2015) através da investigação bibliográfica de obras filosóficas, com destaque no campo da filosofia política. Também são referências, artigos acadêmicos no campo da ciência política e da tecnologia, bem como a análise de conjuntura sobre as eleições, o conteúdo de algumas notícias falsas e o ambiente em que circulam.

Entendemos que a relevância desta pesquisa se dá pelo fato do crescente uso de mídias sociais como meio de difusão de propaganda política e diálogo entre representantes e representados de uma sociedade. Torna-se urgente a necessidade de uma análise filosófica desse fenômeno que se agregue a outras áreas do conhecimento, desenvolvendo pesquisas que busquem o aprimoramento do ambiente digital, tão presente nas vidas dos cidadãos na atualidade. Nesse entendimento, é necessário pensar estratégias e/ou ações que sirvam como elementos protetivos do processo eleitoral, enquanto base fundamental de uma democracia representativa.

Isto posto, uma das principais contribuições que esta pesquisa intenciona, é a possibilidade de fornecer aporte teórico e levantar questionamentos, instigando estudos posteriores em áreas como a filosofia política, comunicação social, propaganda, tecnologia da informação, entre outras sobre os temas e problemas abordados. Estes diversos ramos do conhecimento podem, a partir dos argumentos aqui apresentados, pensar suas respectivas áreas do saber com um olhar interdisciplinar que possibilite a troca de experiência e identifique as nuances e impactos que o avanço tecnológico traz para a sociedade e que a primeira vista, passa despercebido, mas que a médio e longo prazo pode modificar intensamente e de forma negativa um corpo social.

2 DEMOCRACIA REPRESENTATIVA EM METAMORFOSE

Etimologicamente o termo democracia tem origem grega: *demos* (povo, multidão) e *kratos* (poder). Em uma democracia, o poder de decisão e soberania, estariam nas mãos do povo. No período helênico, o ator dessa democracia, o cidadão, não tinha o mesmo conceito e abrangência que tem hoje. Eram [alguns] indivíduos que recebiam o título de cidadão e conseqüentemente poderiam exercer o poder de fala e decisão nessa ‘democracia direta’.

Segundo Bobbio (1993), “Na teoria contemporânea da Democracia confluem três grandes tradições do pensamento político: a) a teoria clássica; b) a teoria medieval e c) a teoria moderna (...)” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1993, p.319-320). O que nos interessa nesse trabalho, é a teoria moderna da democracia e onde está situada a república.

Com toda discussão sobre os tipos de democracias possíveis, a representativa, segundo Bobbio, foi “se afirmando através dos escritores liberais (...), como a única democracia compatível com o Estado Liberal” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1993, p.323). É nela que se reconhece direitos fundamentais como a liberdade de pensamento, religião, etc., cuja responsabilidade de “fazer leis diz respeito, não a todo o povo reunido em assembleia, mas a um corpo restrito de representantes eleitos por aqueles cidadãos a quem são reconhecidos direitos políticos” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1993, p.324). Nesse sentido Santana (2014), afirma que hoje a significação de democracia sofreu alterações substanciais:

Seja em um contexto liberal ou social, a significação de democracia ao longo dos séculos foi marcada por um conceito reducionista de vontade da maioria pertencente a um determinado grupo social, em detrimento dos anseios de outras classes que, por questões políticas, se mantiveram afastadas dos espaços deliberativos (SANTANA, 2014, p.27).

Nessa perspectiva, Santana (2014) aponta para um problema amplamente presente em nosso país, a desigualdade social, que não se caracteriza apenas pela obviedade da diferença entre ricos e pobres, mas por toda uma estrutura social que segrega discursos, que silencia reivindicações e que não permite que a palavra de todos alcance igualmente os locais onde leis e projetos são votados e postos em prática. A “isegoria, portanto, foi esquecida e substituída por um regime elitista e segregador, onde os interesses são guiados pelas pessoas que se consideram os verdadeiros porta-vozes da vontade geral” (SANTANA, 2014, p.28). Dessa forma, a participação política, vai sendo reduzida a uma participação eleitoral – o de votar em um candidato, muitas vezes decorando o número que o identifica no dia da votação e depois, esquece-se até o nome do indivíduo.

De acordo com Bobbio (1993), “o ideal democrático supõe cidadãos atentos à evolução da coisa pública, informados dos acontecimentos políticos (...) capazes de escolher entre as diversas alternativas apresentadas em formas diretas ou indiretas de participação (...)” (BOBBIO; MATTEUCCI; PASQUINO, 1993, p.889). Mas para tal, pensamos que a informação que chega para a população precisa ser consistente, o que nem sempre acontece. Na mídia tradicional como rádio, jornal e televisão, um pequeno grupo de famílias da elite brasileira controla os meios de comunicação. No campo digital, a desinformação gerada por diversas mídias “alternativas”, blogueiros e influenciadores em geral acabam replicando e manipulando a informação na busca de retornos financeiros gerados por plataformas como YouTube, entre outros. Por conseguinte, torna-se difícil entender o modelo democrático

brasileiro como sendo representativo. As classes socioeconômicas menos favorecidas e silenciadas da sociedade, recebem influências de tal maneira que passam a defender os interesses da elite econômica. Pessoas com nível educacional mais elevado, muitas vezes com ensino superior ou pós-graduação, acabam apoiando candidatos com atitudes antidemocráticas e arcaicas.

Para refletir sobre a crise no atual modelo de democracia representativa que vivemos, nos apoiamos nas ideias de Nadia Urbinati, que dentre tantos outros pesquisadores, possui trabalhos de destaque na área do pensamento político contemporâneo. A acadêmica destaca que a democracia representativa “transmite a complexidade, riqueza e singularidade da ordem política dos modernos”(URBINATI *in* ALONSO; KEANE; MERKEL, 2011, p.36), enfatizando que a origem do termo remete a união de duas definições: “Democracia”, uma palavra grega sem equivalente latino, significa governo direto pelo povo (...)” e representação que “implica uma ação delegada por parte de alguns em nome de outra pessoa (...)”. Assim, temos um modelo político que se dispõe a atender as demandas de uma sociedade que no decorrer do tempo, cresceu de tal forma e que tornaria a democracia direta, centrada em torno de reunião e do debate público na presença de todos, impossível.

Quando votamos para escolher um representante, estaríamos delegando a esse indivíduo eleito o direito de nos representar na “arena” pública de decisões que afetam a todos, não somente aos eleitores que o escolheram. Por outro lado, a impressão é que no atual sistema democrático, os eleitos apenas legislam a seu favor e aos interesses de uma pequena parcela da população, por meio de *lobby*¹¹ com empresas e de grupos como o do agronegócio. Para Urbinati (2006), “as múltiplas fontes de informação e as variadas formas de comunicação e influência que os cidadãos ativam através da mídia, movimentos sociais e partidos políticos” deveriam dar o tom da “representação em uma sociedade democrática”. Porém, não vemos tal afirmação se concretizando na prática, pois “a porcentagem de pessoas que se identificam com um partido decresceu constantemente ao longo dos últimos quarenta anos na maioria das sociedades industriais avançadas” (MANIN, 2013, p.116). Esse afastamento com os partidos políticos, que deveriam ser responsáveis por apresentarem candidatos que buscam defender o diálogo entre o poder público e ao grupo social ao qual esse representa, deixa o processo de escolha do representante nebuloso.

11 Na política, ato de exercer pressão por parte de um grupo organizado (de interesse, por exemplo) sobre políticos e poderes públicos para que estes defendam o interesse desse grupo em pautas no congresso por exemplo. Um exemplo, lobistas que atuam em nome de empresas como Facebook, Google, entre outras gigantes da tecnologia, buscando reduzir os impactos que PL's possam gerar sobre seus negócios.

A escolha de um político que representa uma parcela da sociedade, não pode ser visto como uma “cheque em branco” entregue nas mãos de um indivíduo para ele fazer o melhor uso possível, torcendo para que não faça algo contra nossa vontade e talvez este seja um dos motivos para essa descrença apontada por Manin. Nesse sentido, Urbinati (2013) destaca que esse processo de representação não exime o papel do cidadão de suas responsabilidades: mesmo que esse não tenha o poder final de decidir em plenário, de voto efetivo na câmara dos deputados por exemplo, são suas ações na esfera pública, suas manifestações, seu descontentamento expresso através dos movimentos sociais que dão o tom ao debate a cerca de viabilidade da representação política.

A democracia, sobretudo quando implementada por eleições e representação, não pode ignorar o que pensam e dizem os cidadãos quando atuam na sociedade e não como eleitores, quando não se manifestam por intermédio da decisão (ou seus votos), mas por meio de sua opinião. (...)é a condição para a elaboração e mudança de todas as decisões. Essa é uma forma de participação ou cidadania ativa na democracia representativa, embora não se converta diretamente em leis e não possa exercer autoridade (URBINATI, 2013a, p.6).

Essa democracia representativa precisa se estabelecer por meio de uma “diarquia”, expressão esta utilizada por Urbinati, para destacar o papel da decisão e da opinião no contexto político. A opinião do povo é que deveria fundamentar e guiar as decisões tomadas pelos representantes. Isso posto, “votar é uma tentativa de dar peso a ideias, mas não para igualá-las em valor” (URBINATI, 2013, p.9). Nessa concepção, não poderíamos esperar que fossem realizadas somente as vontades da maioria vencedora do pleito. Por isso a necessidade de que os representantes mantenham o vínculo com as suas promessas de campanha e com a classe que afirmava representar durante a disputa eleitoral, sem com isso, claro, ignorar os demais setores da sociedade.

O declínio (nas sociedades ocidentais) da participação eleitoral e do papel dos partidos políticos e a fragmentação do público em nichos de opiniões privadas são fenômenos interligados que merecem ser tratados como indicações de metamorfoses da democracia representativa (URBINATI, 2013, p.8).

Dentro dessa metamorfose citada pela autora, destaca-se o plebiscitarismo, que segundo ela, é identificado pelo “aglomerado indistinto de indivíduos que compõe o público, um ator não coletivo que vive no espaço privado da domesticidade e quando é agente sondado de opinião, atua como receptor ou espectador de um espetáculo (...)”(URBINATI, 2013b, p.86). Essa alteração na função do partido político, aponta para a transição de uma democracia

representativa, para uma democracia plebiscitária (da audiência) cujo fim das atividades dos partidos é o voto do povo ou, num sentido “romano” da expressão (origem desta aliás), a aprovação da plebe conhecido pela expressão “*Panis et Circenses*”, a tradicional política do Pão e do Circo.

Por isso também, que Manin (1995) apontava para essa mudança na personalidade dos candidatos e que vem moldando a forma como as pessoas os escolhem: elas “votam de modo diferente, de uma eleição para a outra, dependendo da personalidade dos candidatos. Cada vez mais os eleitores tendem a votar em uma pessoa, e não em um partido” (MANIN, 1995, P.13). “A participação na decisão [que outrora] era expressão da forma clássica da soberania popular que os partidos se encarregavam de organizar”(URBINATI, 2013b, p.91) ficou de lado. Na verdade, vimos que, no caso brasileiro, poucas propostas (ou nenhuma) eram relevantes para apoiar o candidato vencedor do pleito de 2018.

Além disso, quando se vota na personalidade do candidato, os responsáveis pelas campanhas eleitorais passam a perceber esse movimento e partem para trabalhar a imagem do candidato, guiando-se para atender ao gosto do eleitor. Esse novo modo de encarar a arena de disputa pelo poder durante as eleições, parece desembocar num fenômeno que está ganhando bastante destaque entre os estudiosos, especialmente com os acontecimentos políticos da última década em vários países ao redor do globo: o populismo.

(...) democracia populista é o nome de uma nova forma de governo representativo que se baseia em dois fenômenos: uma relação direta entre o líder e aqueles na sociedade que o líder define como o povo “certo” ou “bom”; e a autoridade superlativa do público. (URBINATI, 2019, p.4, tradução nossa)¹²

Urbiniati encara o surgimento do populismo como uma desfiguração da democracia representativa tradicional que pode abrir portas perigosas ao ameaçarem o modelo democrático vigente em um país. Essa ameaça tende a se concretizar em forma de desestabilização dos poderes integrantes do sistema político (executivo, legislativo e judiciário). Interpretando o populismo como um fenômeno manifesto dentro do sistema democrático representativo, a autora destaca a possibilidade latente que este possui, de tensionar a democracia constitucional até os seus limites. Nesta direção, o que surge é um “governo autoritário, ditatorial ou fascista” (URBINATI, 2019, p.14). Isso pois o político populista, tende a apresentar a ideia de que ele representa a maioria, e sendo assim, todas suas

12 (...)populist democracy is the name of a new form of representative government that is based on two phenomena: a direct relation between the leader and those in society whom the leader defines as the “right” or “good” people; and the superlative authority of the audience (URBINATI, 2019, p.4).

ações simbolizam a vontade do povo. Neste enquadramento, povo é entendido como a maioria de um número significativo de eleitores que o elegeu, desconsiderando as demais demandas sociais que clamam por respostas e que podem ou não, estar presentes dentro desse eleitorado.

Na lógica de criar uma imagem aos moldes do que o “povo espera”, o candidato não pode tocar em temas polêmicos como casamento gay, aborto ou educação sexual nas escolas. O racismo vira “mi mi mi¹³” de vitimista, de pretos que foram manipulados e doutrinados pela “guerra cultural da esquerda”. Precisa criar uma personificação de si que corresponda com o público-alvo que almeja alcançar e agora com a internet e a *big data*¹⁴, ficou muito mais fácil definir esses alvos e neles criar na imagem do candidato, a figura de um herói que luta contra vilões que só existem num universo composto por “código binário”.

O poder do discurso está na possibilidade de alterar a ‘aleatoriedade’ e de criar ‘verdades’ na sociedade. Para além de meras palavras ou escritos, poder se manifesta nos menores detalhes, reforçados por práticas que delimitam quem pode ou não, enunciar ou fazer determinada ação. O discurso é que tomará conta do que pode ser dito, quem pode dizer e que hora e local determinado enunciado ou ação, podem acontecer. Como veremos a seguir em Foucault, essa aparente aleatoriedade dos discursos, é uma impressão que a ordem do discurso e os elementos que delimitam e o ordenam, definem.

3 FOUCAULT E A ORDEM DOS DISCURSOS

Michel Foucault (1926-1984) apresenta o discurso como algo que não se restringe apenas a profusão de palavras, sejam elas escritas ou faladas. A palavra discurso nos remete a locais de fala e alude ao próprio ato de enunciação, falado ou escrito. Pode ser a fala de um político em uma assembleia ou um representante de turma quando discursa em uma cerimônia de formatura ou ainda o autor de um artigo ao apresentar os resultados de uma pesquisa. Esses são espaços comumente aceitos e reconhecidos como locais de discurso de maneira mais geral. Dentro da filosofia como área de conhecimento, discurso é algo mais complexo, ligado a racionalidade dos sujeitos – conectado a razão e a ação. Para Foucault discurso é tudo isso acrescido do ato de transmissão, manutenção e articulação de ideias, sendo que na “Ordem do Discurso”, a produção deste é “ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e

13 A expressão “mi mi mi” é amplamente utilizada para denotar, pessoa ou grupo de pessoas, que reclamam demasiadamente sobre certos assuntos. Não é de uso exclusivo de certo grupo político, mas constantemente aparece nos discursos da direita brasileira ao se referirem a pautas progressistas ou que dizem respeito a questões como gênero, cor de pele, etc.

14 Big Data é o termo em Tecnologia da Informação (TI) que trata sobre grandes conjuntos de dados que precisam ser processados e armazenados.

redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 2019, p.8-9).

Esse controle, seleção, organização, etc, faz referência ao modo como todas as diferentes áreas da nossa sociedade se comportam perante o que pode ou não ser dito, ser feito, aos ideais que devem ou não serem defendidos e assim por diante. Ao apresentar sua hipótese, ele introduz uma série de procedimentos que dariam corpo a essa afirmação. São artimanhas do discurso que atuam externamente a ele, internamente e/ou sobre os indivíduos que o proferem.

Como procedimentos externos de controle do discurso, ele os divide em três, a saber: interdição, rejeição/separação e a vontade de poder. A interdição é bastante simples de compreender e, segundo o autor, diz respeito ao fato de que “não se tem o direito de dizer tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não se pode falar de qualquer coisa.”(FOUCAULT, 2019, p.9).

Na visão de Stolz (2008):

[Ela] revela, desde já, a relação entre o discurso e o poder. (...) A interdição se centra, sobretudo, nas esferas da sexualidade e da política. Aqui há um forte jogo de dissimulação, ou seja, nunca se diz o que realmente se pensa. É onde se situa o exercício da mais temível prática do poder e da dominação. (STOLZ, 2008, p.170)

Nesse sentido “é o poder que diz o que é lícito ou ilícito, que interdita, que cumpre a lei”(PISA, 2014, p.253). O desejo pelo poder, pelo lugar de fala, pela posição e direito de proferir determinados discursos e esse desejo pelo poder, nos parece indicar também uma potência que move o indivíduo, no caso da política, em traçar os planos para alcançar esses locais de fala e essa representatividade que almeja adquirir, pelo voto nas urnas.

Como segundo procedimento, ele menciona a separação/rejeição como outro mecanismo externo de exclusão do discurso. Diz ele: “Penso na oposição entre razão e loucura. Desde a alta Idade Média, o louco é aquele cujo discurso não pode circular como o dos outros” (FOUCAULT, 2019, p.10). Na política não é raro que um candidato, na busca pela desconstrução da imagem do oponente, o acuse de louco, subversivo ou criminoso. No “vale tudo” da construção imagética do candidato, criar uma imagem do outro dentro desse aspecto do discurso, pode a nosso ver, levar as pessoas que estão tentando decidir sua escolha

de representante, a rejeitar determinado político com base em falsas acusações e boatos difundidos pela mídia.

Como terceiro sistema de exclusão externo do discurso, Foucault dedica grande parte de sua reflexão a oposição entre verdade e falsidade, ou como ele mesmo define – a vontade de verdade. O poder e desejo para o autor, passa a representar essa busca pelo verdadeiro no discurso, enquanto ainda na antiguidade grega, a verdade estava centrada no exercício do poder, no lugar de fala e de quem falava.

Separação historicamente constituída com certeza. Por que ainda nos poetas gregos do século VI, o discurso verdadeiro – no sentido forte e valorizado do termo – (...), era o discurso pronunciado por que de direito e conforme o ritual requerido; (...). Ora, eis que um século mais tarde, a verdade a mais elevada já não residia mais no que era o discurso, ou o que ele fazia, mas residia no que ele dizia: chegou um dia em que a verdade se deslocou do ato ritualizado, eficaz e justo, de enunciado, para o próprio enunciado(...) (FOUCAULT, 2019, p.15)

Essa separação é afirmada pela expressão “O sofista é enxotado”(Idem, p.15). A arte de vencer um debate, não importando o que é dito e sim, como e por quem é dito. Essa vontade de verdade “apoia-se sobre um suporte institucional” (FOUCAULT, 2019, p.17). No contexto de nossa pesquisa, esse apoio institucional pode vir através da própria mídia tradicional que ao rotular um conteúdo como falso, tenta impor sua própria verdade por meio dos portais de checagens de notícias. Muitos desses portais, inclusive, originam-se dos próprios meios de comunicação tradicional como o ‘UOL Confere’¹⁵, subsidiário ao portal de notícias principal do UOL¹⁶, entre outros. Portais alternativos de notícias, como Portal da Cidade Online e a Revista Oeste, notórios conhecidos por difundirem notícias falsas e/ou fora de contexto, parecem buscar a criação de verdades (não há verdade fatural, mas a verdade discursiva que defendem) por meio de um suporte institucional como a mídia. Ao desqualificarem a mídia tradicional através de expressões como “isso a Globo não mostra”, tem-se a impressão de que estamos criando um cenário mais plural e menos fechado de manipulação por grupos dominantes da elite presente no jornal, rádio e televisão. Porém, o que ocorre é uma apropriação de elementos discursivos presentes nestas.

Além dos procedimentos externos de exclusão de discursos, Michel Foucault define também alguns procedimentos internos a este e que o delimitam. Nesse sentido, ele os estabelece como sendo o comentário, o autor e a disciplina. O comentário diz respeito ao discurso proferido, assimilado por outro indivíduo que o transmitirá adiante. Num jogo que

15 O UOL Confere é a divisão do UOL para checagem e esclarecimento de fatos.

16 UOL é uma empresa brasileira de conteúdo, serviços digitais e tecnologia com vários canais de jornalismo.

não cessa, muitos “textos maiores”, afirma Foucault, acabam se confundindo ou deixando de existir em função do comentário que “toma o primeiro lugar”, o do discurso original. Nesse sentido, Stolz também aponta para essa interpretação, pois “é possível afirmar que há uma relação assimétrica entre os ditos primários (que assumem papéis de matrizes) e os ditos secundários; estes podem revestir, fragmentar e modificar aqueles, mas há sempre uma relação de dependência e de repetição”(STOLZ, 2008, p.14).

Como segundo procedimento interno do discurso, Foucault apresenta o autor, esse “personagem” presente em nosso cotidiano e que muitas vezes serve de justificativa de validação de veracidade ou não, por um enunciado ou ação proposta. Nem tudo que é dito ou escrito recebe autoria, mas em alguns casos ela é necessariamente exigida, como em artigos científicos, na literatura, etc. Assim, “o autor é aquele que dá a inquietante linguagem da ficção suas unidades, seus nós de coerência, sua inserção no real” (FOUCAULT, 2019, p.28). E sem esquecer o fato da relação entre comentário e autor, Foucault afirma que enquanto o comentário “limitava o acaso do discurso pelo jogo de identidade (...) o princípio do autor limita esse mesmo acaso pelo jogo da identidade que tem a forma da individualidade, do eu” (FOUCAULT, 2019, p.29).

Por último, Foucault nos apresenta a função da disciplina – opondo-se “tanto a noção de comentário quanto de autor”(FOUCAULT, 2019, p.30). Um discurso para ser considerado verdadeiramente válido, dentro de um espaço discursivo específico, por exemplo, da medicina ou do jornalismo, precisa estar submetido a um conjunto de normas, utilizar um determinado “linguajar”, um método, que o identifique e o separe do senso comum. Isso pois, “uma proposição deve preencher exigências complexas e pesadas para poder pertencer ao conjunto de uma disciplina” (FOUCAULT, 2019, p.34), sendo que “as disciplinas se opõem ao comentário e à autoria, pois tratam-se de um sistema anônimo de regras, métodos a serem seguidos” (STOLZ, 2008, p.15).

Foucault avança apresentando um terceiro grupo de procedimentos de controle do discurso. Estes não são nem externos, nem internos ao discurso, mas sim, procedimentos de “rarefação, impostos aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles”(FOUCAULT, 2019, p.36-37). Aqui, Foucault apresenta mais três elementos fundamentais para entendermos esse efeito sobre os indivíduos e como essas regras são impostas. Temos o ritual que “define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam e que, no jogo de um diálogo (...) devem ocupar determinada posição e formular determinado tipo de enunciados” (FOUCAULT, 2019, p.39). São regras as

quais nos submetemos a todo instante quando almejada a participação em determinada área do discurso, o que Foucault denominará de “ritual da circunstância”.

O segundo procedimento de rarefação do discurso denominado de “sociedade do discurso” refere-se a produção do discurso que fica dentro de um grupo determinado, um “espaço fechado” para distribuí-los “somente segundo regras estritas, sem que seus detentores sejam despossuídos por essa distribuição”(FOUCAULT, 2019, p.39). Esse procedimento não existe por si só, isolado dos demais, mas fica evidente quando pensamos hoje, por exemplo, no discurso maçom, que circula de maneira fechada entre eles em seus estudos, reuniões, etc. A medicina e o judiciário também aparecem como exemplo mas podem muito bem serem identificados no terceiro e último ponto levantado por Foucault como elemento de rarefação discursivo: a doutrina. Apesar de aparente relação com seu conceito de disciplina, visto acima, a doutrina trata dos sujeitos do discurso, questionando-os “na medida em que a doutrina vale sempre como o sinal, a manifestação e o instrumento de um pertença prévia” (FOUCAULT, 2019, p.43).

Conforme abordado, Foucault elenca uma série de elementos responsáveis por ordenarem, controlarem e alterarem a aleatoriedade dos discursos. Isso quer dizer que, apesar de uma aparente fluidez identificável na forma como os acontecimentos se desenvolvem, existem uma série de elementos que exercem influência sobre os indivíduos, seja no que eles podem falar, fazer, como se devem comportar e a quem devem ou não se dirigir. Assim:

A verdade (...) ‘exerce’ funções de controle político. E mais: a verdade é, ela mesma, uma relação de poder (...) Se a verdade é uma função do discurso ligada a efeitos políticos, não é de se estranhar que distintos discursos, independentemente de suas correspondências aos fatos, podem cumprir o papel de verdade, isto é, orientarem a ação (LUIZ, 2021, p.106).

No meio eleitoral e no anseio de conseguir votos, a constante construção da imagem de um candidato e a desconstrução da imagem do oponente, nos parece corresponder também a essa criação de verdades presente no discurso. Nesse caso, novos mecanismos vão sendo descobertos e incorporados ao embate, como “armas” utilizadas em um conflito armado, mas aplicadas silenciosamente nesse mundo digital das redes e mensageiros eletrônicos.

Há um combate “pela verdade” ou, o menos, “em torno da verdade” – entendendo-se mais uma vez, que por verdade não quero dizer “o conjunto das regras segundo as quais se distingue o verdadeiro e o falso e se atribui ao verdadeiro, efeitos específicos de poder”; entendendo-se também que não se trata de um combate “em favor” da verdade, mas em torno do estatuto da

verdade e do papel econômico político que ela desempenha (FOUCAULT, 2000, p.13).

Atualmente, existem elementos muito mais sofisticados, com um alcance maior que a mídia tradicional tinha nos anos 80 e 90 e, fundamentalmente dialogando com a análise de Urbinati e Manin, tem-se a possibilidade de trabalhar a imagem do aspirante a determinado cargo político de maneira muito mais eficaz e direcionada. Imagens e vídeos alterados digitalmente e fora de contexto ao se apresentarem como verdade, são muito mais facilmente assimilados como tal e, conforme visto no capítulo anterior, existe uma tendência já há tempos identificada, da desvinculação do discurso vocal, do cara a cara da discussão em espaços públicos, e preferirmos o “juízo do gosto” ao escolher um lado na disputa política, naquele candidato com o qual mais simpatizo. Dessa forma, na continuidade da análise, procuramos compreender a dinâmica moderna a qual somos expostos nas redes sociais e em outros espaços da internet, que nos permitirá entender como isso impacta na hora de escolhermos um candidato.

4 REDES SOCIAIS E *FAKE NEWS*

A internet possibilita a comunicação, muitas vezes em tempo real com indivíduos conectados a ela de qualquer parte do mundo. Segundo Ferreira (2018), “A rede social na internet traz a sensação de proximidade, pois laços são formados a partir dessas estruturas que não dependem de barreira geográfica para existirem”(FERREIRA, 2018, p.1). Mas essas características por si só não representam as redes sociais de hoje, em especial dos últimos dez anos. Existe outro laço que une essas plataformas populares e que se tornam um ponto chave para esse estudo. A monetização através da publicidade, “feita a partir da coleta de informações pessoais que cedemos em troca do uso de serviços.” (SORJ et al., 2018, p.17). O *Fabebook* e o *Twitter*, assim também como o *Instagram*, *WhatsApp*, *TikTok*, não cobram pelo uso de suas plataformas. Mesmo assim, seu valor de mercado é gigantesco. Mas porque os anunciantes se interessariam a investir nessas redes, sendo que isso já era prática constante na mídia tradicional?

A resposta para essa pergunta está na publicidade personalizada para cada indivíduo “a partir da coleta maciça de dados dos usuários e da formação de imensos bancos de dados com as mais variadas informações sobre a personalidade dessas pessoas”(SORJ et al., 2018, p.17).

Uma série de intermediários – como agências e redes de anunciantes (as chamadas ‘Ad Networks’) – conecta os usuários, os sites que disponibilizam espaço para o anúncio e os anunciantes, determinando qual publicidade será direcionada a qual usuário a partir da imensa base de dados que eles detêm sobre todos os outros usuários.(SORJ et al., 2018, p.17)

Através de algoritmos (códigos de programação), esses dados extraídos dos usuários são processados para gerar modelos matemáticos, métricas, que auxiliam no processo decisório automatizado de quando e quais anúncios, determinado usuário irá ver. Esse processo é chamado de “leilão”. Assim, ficou muito mais fácil conhecer o perfil do potencial consumidor, e como veremos adiante, de um potencial eleitor também. Os mecanismos de busca funcionam da mesma forma: quem digita querendo saber sobre um produto ou endereço já está indicando seu tipo de interesse (SORJ et al., 2018, p.18).

Eli Parieser (2011), que analisa os chamados filtros bolhas gerados por esses processos automatizados de apresentar conteúdo ao usuário, tece algumas críticas interessantes, a começar pelo modelo de negócios: “O que tudo isso significa é que seu comportamento agora é uma mercadoria, um pequeno pedaço de um mercado que fornece uma plataforma para a personalização de toda a Internet.¹⁷” (PARISER, 2011, p.29, tradução nossa). O petróleo, que até poucos anos atrás era um dos *commodities* mais valiosos do mundo, teve seu valor de mercado ultrapassado pelos dados¹⁸. Nesse sentido, ele define alguns efeitos indesejados desse novo modo de consumir informação através de *feeds*¹⁹ personalizados na internet, em especial, nas redes sociais e mecanismos de busca como o do Google.

Enquanto a internet não possuía mecanismos de personalização, éramos apresentados a informações total ou parcialmente aleatórias à medida que navegamos nela. Atualmente, quando procuramos alguma informação, num buscador como o *Google Search*²⁰ ou *Bing*²¹ – da Microsoft, recebemos informações que já condizem com nossos ‘pré-conceitos’ a cerca de determinado assunto, a exemplo, a política. Como forma elucidativa, vamos supor que um jovem de 25 anos, que constantemente lê, curte e compartilha materiais de estudos a respeito de política de cunho marxista; cujos sites que mais acessa são de portais que se

17 *What all of this means is that your behavior is now a commodity, a tiny piece of a market that provides a platform for the personalization of the whole Internet.* (PARIESER, 2014, p.29)

18 “Dados são o novo petróleo”, diz CEO da Mastercard – exceto por um pequeno detalhe. < <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2019/07/dados-sao-o-novo-petroleo-diz-ceo-da-mastercard.html> >

19 A origem da palavra “feed” vem do inglês e significa “alimentar”. No caso, o internauta que não tem tempo para navegar por vários sites à procura de conteúdo seria “alimentado” com todas as atualizações que ele normalmente buscaria. < <https://www.tecmundo.com.br/rss/252-o-que-sao-feeds-htm> >

20 Serviço de buscas na internet, criado pelo Google, empresa de tecnologia e publicidade na internet. Atualmente o Google é parte de um conglomerado maior, a Alphabet.

21 Serviço de buscas na internet criado pela Microsoft.

identificam com o campo progressista e seus grupos de discussão na grande maioria são referentes a movimentos sociais e militância de esquerda, certamente, ao realizar alguma busca por temas políticos, se observará uma prevalência de resultados que estão dentro dessa visão de mundo. E é isso que o autor acaba se referindo quando aponta uma limitação na possibilidade de aprender novas perspectivas e confrontar com visões contrárias as suas. O usuário acaba tendo sua imagem a cerca da realidade ao seu redor, confirmada e reafirmada constantemente.

Isso se dá pelo fato de que, segundo o autor, os “filtros bolhas artificialmente limitam o tamanho daquele espaço mental que a gente usa para resolver problemas”(Idem, p.55), sendo que dentro dessas bolhas de informações, existem “elementos chaves que estimulam nossa criatividade” nos conduzindo muitas vezes a uma posição mais “passiva na resolução de problemas”. “Isso leva inevitavelmente ao fortalecimento de suas convicções (também em matéria de políticas públicas) e a um empobrecimento das capacidades dialéticas e de confronto.”²² (FRICANO, 2020, p.2, tradução nossa).

O estudo de Ferrara (2015), aponta para alguns desses problemas com “exemplos dos riscos tanto a nível econômico como social que surgem do abuso nas redes sociais”²³ (FERRARA, 2015, p.7, tradução nossa), com especial destaque para o abuso das redes sociais com objetivo de manipular a discussão política, o mercado de ações e propaganda (objetivos econômicos) e até o recrutamento de movimentos terroristas (FERRARA, 2015, p.7), destacando que “a disseminação de campanhas de manipulação tem efeitos sociais avassaladores. Na política, por exemplo, ataques difamatórios foram perpetrados para difamar candidatos e prejudicar sua imagem pública durante várias eleições(...)”²⁴(FERRARA, 2015, p.3, tradução nossa). Isso foi visto em vários momentos durante a campanha eleitoral de 2018 aqui no Brasil. Uma prática aparentemente já consolidada na disputa política, porém amplificada pelas redes sociais e mensageiros instantâneos.

Em um artigo de 2015 da *Microsoft Research*²⁵ intitulado “Botivista: Chamando Voluntários para Ação Usando Bots Online” os pesquisadores mostraram que utilizar sistemas autônomos para impulsionar campanhas pode trazer uma chance de sucesso maior em tentar atrair apoiadores e voluntários. Segundo os pesquisadores, “os voluntários também

22 *This inevitably leads to the strengthening of one's convictions (also in the matter of public policies) and to an impoverishment of the dialectical and confrontational capacities.*(FRICANO, 2020, p.2)

23 (...) *examples of the risks both at the economic and social level that rise from social media abuse.* (FERRARA, 2015, p.7)

24 *The spreading of manipulation campaigns has overwhelming societal effects. In politics, for example, smearing attacks have been perpetrated to defame candidates and damage their public images during various elections (...)*(FERRARA, 2015, p.3)

25 Subsidiária da gigante da tecnologia Microsoft, dedicada a pesquisas.

começaram a interagir uns com os outros, mostrando o potencial do uso de *bots*²⁶ para apoiar esforços coletivos” (SAVAGE; MONROY-HERNANDEZ; HÖLLERER, 2016, p.8, tradução nossa). Assim também parece indicar o trabalho de Dan Arnaudo que em seu estudo, trata do uso de *bots* sociais durante campanhas eleitorais. Este autor inicia destacando que “em todo o mundo desenvolvido e no Sul Global, os atores políticos estão operando usando o mesmo tipo de *botnets*²⁷ e uma ampla gama de táticas de propaganda online, desde o uso de grandes conjuntos de dados de informações sobre eleitores até a manipulação algorítmica.²⁸”(ARNAUDO, 2017, p.4, tradução nossa).

Em 2014, o trabalho de Lada Adamic, sobre “cascatas de rumores”, já trazia algumas conclusões preocupantes sobre o uso dessas plataformas. Por exemplo, o fato de que o desencadeamento de cascatas de boatos, ou mensagens que se tornam virais através do compartilhamento, mesmo depois de serem identificadas como falsas (ou como um boato) continuavam a se espalhar pelas redes e que “embora os novos compartilhamentos de um boato que foi interceptado sejam várias vezes mais propensos a serem excluídos, a cascata em geral continua a se propagar facilmente..²⁹ (LADA A. ADAMIC et al., 2016, p.10, tradução nossa)

Boatos e notícias falsas se espalharam livremente pelo ambiente digital nas eleições de 2018 e o estudo de Lada Adamic oferece um olhar justamente sobre esse problema enfrentado pelo Brasil. Isso explica em certa medida o trabalho permanente exercido pelas agências de checagens de notícias que, enquanto verificam um boato/notícia falsa, outros tantos são espalhados pela rede. O termo *fake news* perante a comunidade científica acadêmica possui diversas interpretações e seu uso, remete a significados distintos. Quem oferece um trabalho seminal sobre o termo, dentre tantos produzidos pela comunidade acadêmica nos últimos anos, é o artigo de Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei e Richard Lin. sob o título *Defining ‘Fake News’*(2017). Um estudo que analisa 34 artigos (de 2003 à 2017) onde os autores verificam vários tipos de definições acerca do termo relacionando e classificando em algumas categorias distintas “sátira de notícias, paródia de notícias, fabricação, manipulação, publicidade e propaganda”(TANDOC; LIM; LING, 2018, tradução nossa).

26 *Bot*: Abreviação da palavra inglesa ‘robot’ e utilizada para designar um software programado para agir e interagir automaticamente e de maneira autônoma em redes sociais, por exemplo, e outros dispositivos conectados a internet.

27 *Botnet*: Uma rede de dispositivos conectados a internet, onde cada um destes executa um ou mais *bots*.

28 *Across the developing world and the Global South, political actors are operating using the same kind of botnets and a wide range of propagandistic tactics online, from the use of large data sets of information about voters to algorithmic manipulation.*(ARNAUDO, 2017, p.4)

29 “(...)although reshares of a rumor that have been snoped are several times more likely to be deleted, the cascade overall easily continues to propagate(...)”(LADA A. ADAMIC et al., 2016, p.10)

Dentro das categorias examinadas pelos pesquisadores, cabe destaque para o uso das *fake news* como notícias “fabricadas”:

A terceira aplicação da expressão notícias falsas nos artigos examinados aqui são [no sentido de]“fabricação”. Isso se refere a artigos que não têm base factual, mas são publicados no estilo de artigos de notícias para criar legitimidade. (...) não há entendimento implícito entre o autor e o leitor de que o item é falso. Na verdade, a intenção é muitas vezes o oposto³⁰ (TANDOC; LIM; LING, 2018, p.143, tradução nossa).

É o caso de portais que se identificam como “mídia alternativa” e tiveram papel de destaque no pleito eleitoral de 2018, como *Jornal da Cidade Online*, *Plantão Brasil*, *República de Curitiba*, entre outros³¹. Dessa forma, o “leitor enfrenta mais dificuldades na verificação” pois esses canais acabam dando um ar de veracidade pela postura e forma que essas notícias falsas são postas. Essa tática de fabricação de notícias sem compromisso com a verdade, com o fatual, normalmente no campo da política vem acompanhada do uso de robôs como já apresentamos acima. Com o “desenvolvimento de *bots* de notícias que dão a ilusão de ampla aceitação de uma notícia (...) pois não é apenas o conteúdo e o formato que fazem com que os itens fabricados pareçam notícias reais, mas também a ilusão de que são amplamente divulgados³².”(TANDOC; LIM; LING, 2018, p.143-144). As pessoas acabam compartilhando mais facilmente um conteúdo pois possuem o respaldo de que várias outras pessoas já curtiram aquele material e de que esse é verídico. “Embora, em última análise, o objetivo da fabricação e manipulação seja desinformar as pessoas (...) tais objetivos são alcançados através da intenção imediata de enganar as pessoas de que as notícias falsas que veem são reais. (TANDOC; LIM; LING, 2018, p.148, tradução nossa).

Dentre as *fake news* que mais circularam em 2018 no primeiro turno por exemplo, selecionamos três como exemplo:

1. Ato pela saúde de Bolsonaro em Campinas – 238,3 mil compartilhamentos;
2. Fernando Haddad convida Jean Willys para ser Ministro da Educação – 219,8 mil compartilhamentos;
3. Manifestação do #elesim em Copacabana – 90,9 mil compartilhamentos.

30 “The third operationalization of fake news in the articles examined here is ‘fabrication’. This refers to articles which have no factual basis but are published in the style of news articles to create legitimacy. (...) there is no implicit understanding between the author and the reader that the item is false.” (TANDOC; LIM; LING, 2018, p.143)

31 Sites de fake news foram os mais populares em grupos de WhatsApp nas eleições. <<https://www.aosfatos.org/noticias/sites-de-fake-news-foram-os-mais-populares-em-grupos-de-whatsapp-nas-eleicoes/>>

32 “(...)the development of news bots that give the illusion of widespread acceptance of a news item (...)Its not only the content and the format that make fabricated items seem like real news, but also the illusion that they are widely circulated.”(TANDOC; LIM; LING, 2018, p.143-144)

Essas três notícias falsas segundo o portal de checagem Lupa estão no topo com maior número de compartilhamentos. Analisando os detalhes dessas mensagens, podemos identificar alguns elementos que compõem o discurso de Jair Bolsonaro.

A primeira notícia falsa utiliza uma imagem fora de contexto, de um jogo na copa de 2014, afirmando se tratar de uma manifestação em favor do candidato populista, eleito em 2018, como suporte por sua recuperação após o atentado sofrido naquele ano. A imagem tirada do contexto, uma das características elencadas no estudo de definição das *Fake News* realizado por Tandoc et Al. (2018), pode ser relacionada ao trabalho de Foucault a medida em que dialoga com uma determinada sociedade do discurso: o bolsonarismo, pois este, não é uma ideologia política, tampouco um partido. É um movimento populista, cujo candidato recorre a elementos elencados por Nádía Urbinati e que buscam, por vias autenticamente democráticas, minar o atual sistema político vigente para alçar o poder.

A segunda notícia falsa, traz outros elementos importantes do discurso analisados por Foucault, a medida que dialoga, não apenas com uma sociedade do discurso – a religiosa (neopentecostal) mas também a interdição. Não se pode falar de sexo com nossas crianças e adolescentes. Não em sala de aula, pelo menos. Isso é tarefa dos pais. E colocar um político de esquerda assumidamente gay na posição máxima de gestão do ensino a nível nacional, é um ataque ao cristão e sua família tradicional. Elementos como rejeição também podem ser lidos aqui. Apesar de Foucault fazer alusão à loucura, em seu trabalho quando menciona este elemento regulador do discurso, a homofobia (rejeição e medo aos gays) também alimenta o discurso do candidato que colocaria uma pessoa “pervertida” e “doente” (não são poucos que ainda hoje consideram a homossexualidade como doença) em um cargo de tamanha representatividade e influência na sociedade. Por último, a terceira notícia falsa mais compartilhada naquele período também versa sobre uma foto tirada de contexto. Utilizaram-se de uma imagem das manifestações pelo impeachment da ex-presidenta Dilma Roussef, feita em 2015, afirmando se tratar de uma manifestação em favor do candidato populista, eleito em 2018, passando a imagem de que o movimento #elesim (em apoio) era tão grande quanto, ou maior, ao movimento #elenão que a campanha do candidato de esquerda estava utilizando.

Duas conhecidas campanhas de desinformação e que não foram mencionadas acima, são as do polêmico “Kit Gay”, material que seria distribuído nas escolas e que teria objetivo “desvirtuar” e promover a “sexualização” de crianças e adolescentes. O próprio candidato, em total dissonância com a realidade, levou o livro e o apresentou durante entrevista ao maior telejornal do país, durante sua campanha. O mesmo já havia sido

desmentido naquela ocasião, mas mesmo assim o fez. Outro famoso exemplo, é o da “mamadeira de piroca” como ficou conhecido um objeto vendido em uma *sexshop* mas que foi divulgado durante a campanha como tendo sido enviado para creches do país.

Num trabalho excepcional, um relatório publicado sob o título de “*Architects of Networked Disinformation*”(ONG; CABANES, 2018) analisa profundamente as mídias digitais e o uso no campo da política como arma em favor do populismo. Desinformação e manipulação está profundamente enraizada no campo da campanha política e da construção da imagem do candidato a ponto de virar uma mercadoria, um serviço a ser comercializado, com a utilização de técnicas de persuasão para mobilizar as massas para seu próprio ganho político. Colocar *trolls*³³ nas redes sociais para discutir com outros usuários, *bots* e pessoas que administram múltiplos perfis falsos para levantar o engajamento de uma *hashtag*³⁴, entre outras ações descritas no relatório fazem parte do aparato utilizado para minar o discurso político e ganhar a atenção e voto das pessoas.

A internet que inicialmente parecia conectar pessoas distantes e dar voz para que indivíduos silenciados pudessem mostrar ao mundo suas demandas e realidade, acabou revelando um lado sombrio. Uma outra face da tecnologia que aos olhos desatentos passa despercebida, mas que os estudos revelam extremamente perigosos se usados de maneira fria e calculista. Os discursos não fluem livremente na sociedade como já alertava Foucault através de um emaranhado de normas impostas sobre os indivíduos e seus discursos e a internet trouxe um novo nível de complexidade, introduzindo tecnologias que nos observam e coletam dados a todo momento e em todos os lugares que frequentamos. Dados estes que, quando utilizados pelos organizadores de campanhas políticas, ajudam a moldar a imagem que o candidato deve passar para o eleitorado que ele almeja atingir e com a ajuda desses mesmos algoritmos que traçam o nosso perfil e nos oferecem um conteúdo altamente personalizado para uma experiência individual que nos pareça relevante, mas que ao mesmo tempo parece nos aprisionar dentro de uma bolha onde só conseguimos interagir com quem pensa igual a nós.

33 *Troll* é um termo utilizado como gíria na internet, designando uma pessoa cujo comportamento ou comentário desestabiliza uma discussão.

34 As *hashtags* são utilizadas para categorizar os conteúdos publicados nas redes sociais, ou seja, cria uma interação dinâmica do conteúdo com os outros integrantes da rede social, que estão ou são interessados no respectivo assunto publicado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho analisamos alguns pontos que Nádia Urbinati traz sobre a democracia representativa como um modelo político sob transformação. Nesse sentido, destacamos que um dos principais problemas desenvolvidos ao longo de seus textos é a transformação em uma democracia plebiscitária da audiência, onde o eleitor tem seu papel reduzido a forma de um telespectador, exercido individualmente no “espaço privado de sua domesticidade”, cuja função é reduzida ao ato de votar no dia da eleição e de assistir a atuação do representante eleito, transmitido à sociedade por meio da comunicação midiática. Essa comunicação porém é feita pela mídia digital, cuja capacidade de direcionar os discursos foi ampliada de maneira drástica através dos algoritmos sofisticados que identificam, classificam e entregam um conteúdo dentro de um padrão de gosto esperado pelo usuário. Bernard Manin já havia identificado padrão similar na transformação como os eleitores escolhiam os políticos que os representariam, onde as propostas que dialogavam com a sociedade civil passavam a ficar de lado em detrimento de um voto por afinidade e carisma pelo candidato e com essas ferramentas avançadas de marketing digital, proporcionadas pelas *Big Techs* do Vale do Silício agora ficou mais fácil e preciso.

Dessa forma, analisando o exposto por Foucault em a Ordem do Discurso, nos parece que a internet assume o papel legítimo de campo de debate político, onde o poder é exercido através da capacidade que os coordenadores de campanha dos candidatos, trabalham incessantemente para levar aos seus potenciais eleitores a imagem do proponente ideal. Na busca de construir essa imagem perfeita de pretendente a cargo político, propostas e o diálogo com a sociedade civil são deixados para o segundo plano, e entra em ação o poder criador de verdades das *fake news* e dos boatos, que ajudam a moldar a percepção de realidade das pessoas. Elementos como disciplina, sociedade do discurso, o autor e comentador, são percebidos em vários momentos como nos exemplos de notícias falsas que apresentamos ao final desse artigo. O diálogo com grupos específicos como evangélicos conservadores (neopentecostais em sua grande maioria), produz mensagens que tendem a defender a união heterossexual e reprovar a união homoafetiva, bem como ressaltam o papel dos pais na educação sexual, produzindo medo nesses indivíduos, a medida que acreditam que o estado administrado pelo campo progressista, tende a levar seus filhos a homossexualidade.

Ainda no sentido de criação de verdades através do discurso, os *bots* (ARNAUDO, 2017) acabam também apresentando um papel importante dentro do ambiente digital, ao simularem uma grande adesão, através de perfis automatizados, sobre assuntos

distribuídos durante o período eleitoral. As *fake news* nesse caso, podem ter seu alcance ampliado através de efeitos cascata (ADAMIC, 2016), que são difíceis de serem parados mesmo depois de terem sido taxados como “notícia falsa” por alguém site de checagem de notícias. As chamadas *botnets*, criam uma aparente verdade replicando um discurso que está fantasiado de jornalismo, mas que não possui relação com algum fato. Como aponta Tandoc (2018), a intenção é justamente oposta, ser verídica, não parecer como se fosse um texto satírico ou uma paródia. Através de uma expressão conhecida aqui Brasil – ‘Isso, a Globo não mostra’, aparecem elementos que tentam trazer legitimidade para essas mídias alternativas, blogs e perfis de redes sociais, através de uma vontade de verdade ao molde do elemento excludente do discurso de Foucault, que tomam posse de uma veracidade até então nas mãos apenas dos veículos tradicionais de imprensa. Agora, aquele indivíduo que está informado, é o que se fecha para mídia tradicional, instruindo-se por grupos de *Whatsapp*. Qualquer informação trazida para dentro desses grupos, de fora de sua bolha informacional e que tente apresentar uma verdade contrária, é desqualificado. O que era para ser um campo aberto para uma discussão plural, a internet parece ter se transformado em uma arena polarizada, dividida por uma “cerca invisível” em que cada lado possui sua própria verdade.

Da mesma maneira, criar a percepção de que grande parte da sociedade apoiava o então candidato a presidência, Jair Bolsonaro, através de fotomontagens e *fake news* de manifestações massivas, reforçam a ideia apresentada por Urbinati (2019) de que um governo populista, busca apresentar-se como um governo da maioria e por isso, legítimo a defender apenas seus pontos de vista, em detrimento das reivindicações das classes silenciadas pela imposição das normas discursivas vigentes em uma sociedade.

O discurso por exemplo, pode se apresentar como uma espécie de censura que, ao mesmo tempo que controla o que pode ou não ser dito (interdição), também nos separa de outros indivíduos com pensamentos contrários. Ficamos presos a bolhas comunicacionais que se apresentam como sociedades do discurso, onde somente um determinado modo de pensar e agir é aceito. O desejo pelo poder se utiliza desses espaços que, ao mesmo tempo, exercem seu poder sobre os indivíduos produzindo verdades que são defendidas com firmeza no campo do debate no mundo real. Políticas de opressão e retirada de direitos e no pior dos casos, como aponta Urbinati, podem dar espaço para o surgimento de governos autoritários e ditatoriais. O papel das *fake news* nas eleições de 2018 parece ser este: criar uma imagem de um mito, na figura de um político profissional que se apresentava como *anti-establishment* e que, num primeiro momento não tinha possibilidade de chegar ao poder, sendo desacreditado por grande parte da mídia tradicional e da esquerda. Apesar de não deslegitimarem o processo

eleitoral como um todo, as notícias falsas tendem a trazer consequências graves a democracia representativa a medida que permitem a entrada de personagens antidemocráticos através do voto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALONSO, Sonia; KEANE, John; MERKEL, Wolfgang. **The Future of Representative Democracy**. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2011.

ARNAUDO, Dan. Computational Propaganda in Brazil: Social Bots during Elections. **Computational Propaganda Research Project**, [s. l.], p. 39, 2017.

BARBA, Mariana Della; WENTZEL, Marina. Discurso de Bolsonaro deixa ativistas ‘estarecidos’ e leva OAB a pedir sua cassação. *Em*: BBC NEWS BRASIL. 19 abr. 2016. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160415_bolsonaro_ongs_oab_mdb. Acesso em: 22 fev. 2022.

BARBOSA, Evandro; COSTA, Thaís Christina Alves. **Metodologia e Prática de Pesquisa em Filosofia**. 1ªed. Pelotas: NEPFIL Online, 2015. (Dissertatio-Incipientis).

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. **Dicionário de política**. Brasília, DF: Ed. Univ. de Brasília, 1993.

CASTILHO, Alceu. Casos de agressão por uso de vermelho se multiplicam; por que autoridades se calam? *Em*: **OUTRAS PALAVRAS**. 19 mar. 2016. Disponível em: <https://outraspalavras.net/alceucastilho/casos-de-agressao-por-uso-de-vermelho-se-multiplicam-por-que-autoridades-se-calam/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

CASTRO. Autotutela do século XXI: o linchamento de Fabiane Maria de Jesus. *Em*: CANAL CIÊNCIAS CRIMINAIS. 20 abr. 2018. Disponível em: <https://canalcienciascriminais.com.br/linchamento-fabiane/amp/>. Acesso em: 18 abr. 2022.

ENTENDA O CASO — CASO LAVA JATO. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato/entenda-o-caso>. Acesso em: 5 mar. 2022.

FERRARA, Emilio. Manipulation and abuse on social media. **ACM SIGWEB Newsletter**, [s. l.], n. Spring, p. 4:1-4:9, 2015.

FERREIRA, Stéphane Figueiredo. AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DO DISCURSO POLÍTICO. *Em*: SEMINARIO COMUNICAÇÃO E TERRITORIALIDADES, 2018. **Anais do Seminário Comunicação e Territorialidades**. [S. l.: s. n.], 2018. p. 4.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. [S. l.: s. n.], 2019.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 15ªed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2000.

FRICANO, Alessandro. “Algocracy”: the decline of representative democracy. [s. l.], p. 9, 2020.

GARCIA, Gustavo *et al.* **Senado aprova impeachment, Dilma perde mandato e Temer assume - notícias em Processo de Impeachment de Dilma**. [S. l.], 2016. Portal de Notícias. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/>

2016/08/senado-aprova-impeachment-dilma-perde-mandato-e-temer-assume.html. Acesso em: 22 fev. 2022.

LADA A. ADAMIC *et al.* Rumor Cascades. **Association for the Advancement of Artificial Intelligence**, [s. l.], 2016. Disponível em: <https://research.fb.com/wp-content/uploads/2016/11/rumor-cascades.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2021.

LOPES, Ariel. Lula é o presidente que mais fez inclusão social no Brasil, diz propaganda do PT. *Em: HUMANISTA*. 27 set. 2018. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/humanista/2018/09/27/lula-e-o-presidente-que-mais-fez-inclusao-social-no-brasil-diz-propaganda-do-pt/>. Acesso em: 9 mar. 2022.

LUIZ, Felipe. **Verdade, pós-verdade, notícias falsas e poder: Foucault e as fake news**. [s. l.], v. 7, n. 1, p. 13, 2021.

MANIN, Bernard. A democracia do público reconsiderada. **Novos Estudos - CEBRAP**, [s. l.], n. 97, p. 115–127, 2013.

MANIN, Bernard. As Metamorfoses do Governo Representativo. [s. l.], p. 21, 1995.

O ANO EM QUE O GIGANTE ACORDOU. *Em: EXAME*. 26 dez. 2013. Disponível em: <https://exame.com/>. Acesso em: 22 fev. 2022.

ONG, Jonathan Corpus; CABANES, Jason Vincent A. **Architects of networked disinformation: Behind the scenes of troll accounts and fake news production in the Philippines**. [S. l.: s. n.], 2018.

PARISER, Eli. **The filter bubble: what the Internet is hiding from you**. New York: Penguin Press, 2011.

PEIXOTO, Fabrício. **Era Lula chega ao fim com emprego recorde e risco inflacionário**. [S. l.], 2010. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2010/12/101227_eralula_economia. Acesso em: 9 mar. 2022.

PISA, Lícia Frezza. Discurso e poder: o controle do que dizemos na rede visto pela política de privacidade do Google. **DOMÍNIOS DE LINGU@GEM**, [s. l.], p. 17, 2014.

POMPE, Carlos. Avanço da política educacional nos governos Lula e Dilma. *Em: CONTEE*. 13 ago. 2018. Disponível em: <https://contee.org.br/avanco-da-politica-educacional-nos-governos-lula-e-dilma/>. Acesso em: 9 mar. 2022.

SANTANA, Marcelo dos Santos Garcia. A Significação Original de Democracia e a Isegoria como Pressuposto da Deliberação na Modernidade. *Em: TEORIA DO ESTADO E DA CONSTITUIÇÃO*. Florianópolis / SC: CONPEDI, 2014. *E-book*. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=17170f265eb26e87>. Acesso em: 6 mar. 2022.

SAVAGE, Saiph; MONROY-HERNANDEZ, Andres; HÖLLERER, Tobias. Botivist: Calling Volunteers to Action using Online Bots. *Em: CSCW '16: COMPUTER SUPPORTED COOPERATIVE WORK AND SOCIAL COMPUTING*, 2016, San Francisco California USA. **Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative**

Work & Social Computing. San Francisco California USA: ACM, 2016. p. 813–822.
Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/2818048.2819985>. Acesso em: 28 fev. 2022.

SILVA, Daniel Neves. **Fascismo. O que realmente é o Fascismo?**. [S. l.], [s. d.]. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/fascismo.htm>. Acesso em: 5 mar. 2022.

SORJ, Bernardo *et al.* **Sobrevivendo nas Redes**. 1ªed. [S. l.]: Plataforma Democrática, 2018. (Ensaio Democracia Digital, v. 3ª). *E-book*. Disponível em: www.plataformademocratica.org.

STOLZ, Sheila. A Ordem do Discurso e suas Relações com o Poder: Vertigem e Quebra de Certezas. **JURIS**, [s. l.], p. 159–176, 2008.

TANDOC, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 137–153, 2018.

URBINATI, Nadia. Crise e metamorfoses da democracia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [s. l.], v. 28, n. 82, p. 05–16, 2013a.

URBINATI, Nadia. Da democracia dos partidos ao plebiscito da audiência. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, [s. l.], n. 89, p. 85–105, 2013b.

URBINATI, Nadia. **Me the people: how populism transforms democracy**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 2019.