

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS COMUNICAÇÃO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

LUCAS HENRIQUE VIEIRA SILVA SANTOS

A INTERFERÊNCIA DA DESINFORMAÇÃO EM PROCESSOS ELEITORAIS

Maceió

2023

LUCAS HENRIQUE VIEIRA SILVA SANTOS

A INTERFERÊNCIA DA DESINFORMAÇÃO EM PROCESSOS ELEITORAIS

Trabalho de Conclusão de curso apresentado ao curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Priscila Muniz de Medeiros

Maceió

2023

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S237i Santos, Lucas Henrique Vieira Silva.

A interferência da desinformação em processos eleitorais / Lucas Henrique Vieira
Silva Santos. – 2023.

67 f. : il.

Orientadora: Priscila Muniz de Medeiros.

Monografia (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade Federal de
Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Maceió, 2023.

Bibliografia: f. 62-67.

1. Desinformação. 2. Fake news. 3. Voto. 4. Eleições (Direito). 5.
Polarização (Política). I. Título.

CDU: 343.346.8:342.8

FOLHA DE APROVAÇÃO

LUCAS HENRIQUE VIEIRA SILVA SANTOS

A INTERFERÊNCIA DA DESINFORMAÇÃO NO PROCESSO ELEITORAL

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentando ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo apresentado em ...

Orientadora

Prof.^a Dr.^a Priscila Muniz de Medeiros

Banca examinadora

Prof.^a Dr.^a Andréa Moreira Gonçalves de Albuquerque

Prof. Dr. Vitor José Braga Mota Gomes

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a mim mesmo, pela minha inteligência e força de vontade. Eu sou uma força da natureza. Laroyê, mojubá, axé!

AGRADECIMENTOS

Eu só tenho a agradecer pelo privilégio de estudar o que eu gosto. A Ufal, por meio do curso de Jornalismo, ampliou meus horizontes do conhecimento e de oportunidades. Nessa jornada tive grandes mestres inspiradores como as professoras Raquel do Monte, Janayna Ávila e Priscila Muniz de Medeiros. Esse trabalho de conclusão de curso é uma prova de que a motivação por algo é a energia que pulsa nas nossas vidas.

Agradeço a todos os amigos que cruzaram meu caminho durante a jornada de estudos na Ufal. Entre os mais importantes que guardarei no coração estão: Letícia Aguiar, Giselly Vitória – minhas melhores amigas da vida – Rafaela Barbosa, Rafael Reis e Laura Correia. Também sou grato a minha orientadora, Priscila Muniz de Medeiros, por todo apoio e dedicação a me ajudar a realizar esse trabalho.

Também sou grato à minha mãe, Alex Sandra, e à minha irmã, Lívia Caroline, pelo apoio que me dão diariamente desde o início de minha vida, sem elas nada disso seria possível. Não poderia deixar de agradecer também à minha psicóloga, Marcia Arruda, por todo apoio, incentivo e por me ajudar a me entender.

Por último, eu agradeço aos Orixás, Santos e Deuses que por ventura intercedem por mim. Estou pronto para novos desafios!

RESUMO

Este trabalho é uma revisão de escopo sobre a interferência da desinformação no processo de escolha de voto das pessoas. As fake news ganharam notoriedade da mídia e, conseqüentemente, do público em geral a partir das eleições dos Estados Unidos de 2016. Desde então, discute-se a capacidade de influência política e da opinião pública que as notícias falsas podem causar. Logo, esta pesquisa ocupa em investigar as causas desses fenômenos apoiado em estudos acadêmicos publicados entre 2013 a 2022 que estão presentes na plataforma Scopus. Foi constatado que os fatores sociais, políticos e econômicos são capazes de determinar o quanto um indivíduo pode ser afetado pelas fake news. Ainda mais, a desinformação raramente consegue o efeito de mudança de lado político, mas são utilizadas emocionalmente como artefato para sustentar determinada visão de mundo, de forma que se forme a polarização afetiva.

Palavras-chave: Desinformação; fake news; voto; eleições; polarização afetiva.

ABSTRACT

This work is a scope review on the interference of disinformation in people's voting process. Fake news gained notoriety in the media and, consequently, in the general public after the 2016 United States elections. Since then, the ability to influence politics and public opinion that fake news can cause has been discussed. Therefore, this research focuses on investigating the causes of these phenomena supported by academic studies published between 2013 and 2022 that are present on the Scopus platform. It was found that social, political and economic factors are capable of determining how much an individual can be affected by fake news. Even more, disinformation rarely achieves the effect of changing the political side, but is used emotionally as an artifact to support a certain worldview, so that affective polarization is formed.

Keywords: Disinformation; fake news; vote; elections; affective polarization.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. DESINFORMAÇÃO, FAKE NEWS E A PÓS-VERDADE.....	15
3. METODOLOGIA.....	21
4. RESULTADO E DISCUSSÕES.....	24
4.1 Corpus e considerações.....	24
4.2 Distribuição temporal e temática dos artigos analisados.....	29
4.3 Discussão teórica.....	37
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53
6. REFERÊNCIAS.....	60

1. INTRODUÇÃO

O Estado democrático de direito, instituído expressamente pela Constituição Federal do Brasil de 1988, consagra dois princípios pelos quais a república federativa assegura a forma de atuação do Estado e a participação da sociedade no governo, o Estado de Direito e o Estado Democrático, respectivamente. Segundo Bernardo Gonçalves Fernandes (2017), a junção desses dois princípios não se traduz apenas na adição de um ao outro, mas produz um novo paradigma de Estado e de Direito. Esse paradigma é o que concretiza a democracia brasileira, fundada em procedimentos assumidos pelo Direito para assegurar a participação popular no processo eleitoral.

Uma república democrática, além de garantir a soberania popular na escolha dos representantes da sociedade e assegurar o cumprimento de mandato, também implica a visibilidade do poder político, a liberdade de expressão e o livre acesso à informação – todos expressamente previstos como direitos fundamentais na constituição brasileira. Assim, a liberdade civil dos cidadãos de se informar reverbera, principalmente, na hora da escolha do voto no candidato que os melhor representem.

Na mesma linha de defesa democrática, no direito eleitoral brasileiro, o princípio da lisura das eleições impõe que os pleitos sejam realizados dentro das normalidades legislativas, sem a interferência de qualquer conduta que possa alterar as eleições e ensejar um resultado que não corresponda a vontade livre e consciente dos eleitores, isso inclui a desinformação, que tem o intuito de manipular a consciência da população. A presença dessas informações deturpadas na esfera pública pode interferir nas decisões de maior e menor grau da vida das pessoas, especialmente em períodos eleitorais, manipulando o debate através da prevalência de discursos ancorados em falsas premissas (MARWICK; LEWIS, 2018; PETERS, 2018)

A Carta Magna prevê a seguinte redação em seu artigo 220:

A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. § 1º Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena

liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV (BRASIL, 1988, art.220 e § 1º)

A liberdade de imprensa permite que seja criado um espaço de expressão de opiniões diversas, de modo a oferecer ao cidadão informações que ajudem na reflexão da vida social. A partir da ideia de estabelecer uma imprensa livre, oriunda das mudanças econômicas e comerciais no século XIX e XX, foi que o Estado brasileiro tentou promover o amplo acesso à informação e, conseqüentemente, garantir a equidade nas disputas eleitorais.

Portanto, a imprensa livre possibilita ao eleitor que faça a sua escolha de voto de forma mais consciente, uma vez que privilegia a manutenção do espaço democrático para a própria população se expressar. Assim como afirmou Habermas (1991), a livre e ampla expressão de opinião é parte integrante do funcionamento de uma esfera pública

Em que pese a liberdade de expressão desfrutar como um direito primaz no Estado democrático brasileiro, por ser determinante para o exercício dos demais direitos e liberdades, cabe ressaltar que não se trata de um direito absoluto. Mesmo a Constituição Federal e os tratados internacionais do quais o Brasil é signatário impõe certo limite ao exercício da liberdade de expressão. A ideia de se constituir como Estado democrático naturalmente imputa a concepção de se pautar a responsabilização civil, penal e administrativa dos atos dos indivíduos.

O uso abusivo da liberdade de expressão, portanto, resulta na responsabilidade pessoal do cidadão, o qual deve-se referenciar pelas restrições estabelecidas pela Constituição. No texto da carta magna, identifica-se, por exemplo, o instituto da vedação ao anonimato (art. 5, IV), direito de resposta (art. 5, V), dever de respeitar a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas (art. 5, X).

Além disso, é mister destacar que o próprio Supremo Tribunal Federal (STF) reconhece que apesar da liberdade de expressão ser um direito preferencial, à frente dos outros, esse não abarca o discurso de ódio. Conforme consolidado na Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº 1.044/DF julgado no STF em ação

contra o então deputado Daniel Silveira, que promoveu falas contra à ordem constitucional:

A Constituição garante a liberdade de expressão, com responsabilidade. A liberdade de expressão não pode ser usada para a prática de atividades ilícitas ou para a prática de discursos de ódio, contra a democracia ou contra as instituições. Nesse sentido, são inadmissíveis manifestações proferidas em redes sociais que objetivem a abolição do Estado de Direito e o impedimento, com graves ameaças, do livre exercício de seus poderes constituídos e de suas instituições.

No caso em tela, o parlamentar publicou um vídeo nas redes sociais no qual fez críticas aos ministros do Supremo Tribunal Federal e defendeu o Ato Institucional nº 5 (AI-5) – implantado durante a Ditadura Militar de 1964, de modo a dar plenos poderes ao ditador à época, inclusive para proibir habeas-corpus para os presos políticos.

Casos como o exposto são resultado de ações dos poderes da república para manter a ordem pública. A desinformação do que foi propagada pelo parlamentar sobre a volta da ditadura sob o subterfúgio da liberdade de expressão, por exemplo, constitui-se como um caso representativo do momento em que o Brasil vive. Nas eleições gerais de 2022 do país, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) teve um atuação preponderante para assegurar a realização de eleições seguras e justas, destacando-se, principalmente, pelo uso mais evidente do poder de polícia a fim de garantir a equidade da disputa eleitoral.

O Carter Center (2022), organização não governamental sem fins lucrativos, divulgou em relatório preliminar sobre as eleições que o pleito ocorreu em um contexto de grande pressão sobre o sistema eleitoral, particularmente devido à disseminação de notícias falsas. Atestou ainda as eleições brasileiras foi marcada por uma sofisticada rede de desinformação: no primeiro turno, as narrativas dominantes estavam centradas nas falhas do sistema de votação; já no segundo, o foco mudou para o questionamento da imparcialidade do TSE e as acusações entre os candidatos.

Em razão da avalanche orquestrada de desinformação e fake news no pleito de 2022, o TSE, presidido pelo ministro Alexandre de Moraes, adotou medidas de prevenção e combate à desinformação muito antes mesmo do início do período

eleitoral. Uma dessas ações foi celebração de acordos com as plataformas digitais para se submeterem às legislações e às ordens do tribunal para evitar a propagação de discurso de ódio e desinformação sob o pretexto do direito da liberdade de opinião.

Não obstante os esforços empreendidos pelo TSE, a quantidade de fake news e desinformação contaminaram por completo a esfera pública do debate eleitoral. Assim, o tribunal adotou posições mais rígidas e investigou a produção, distribuição e redes de propaganda de notícias falsas e seus mecanismos de financiamento. Ainda, na reta final da campanha, o TSE aprovou uma resolução para aumentar seu poder de remover conteúdos, de modo a poder fazê-lo rapidamente, sob a alegação da falta de apoio e cooperação das empresas de mídias sociais.

A informação é essencial para manter o regime político democrático estruturado. Diversos estudos têm demonstrado o perigo que a desinformação representa ao impactar na credibilidade das instituições tradicionais do Estado e da sociedade. A prática negacionista de refutar o que é amplamente estabelecido como base de um paradigma, para romper com o pacto democrático, se relaciona intimamente com a disseminação de desinformação, a fim de utilizá-la como instrumento de manipulação de massa. As práticas negacionistas seguem em franco crescimento e se apresentam das mais diferentes formas em cada contexto comunicacional e sócio-cultural pelo mundo, sobretudo após o advento da internet e, mais recentemente, das mídias sociais em rede (CAPSTICK et al, 2015; LEWANDOWSKI, 2021; CEYHAN & SARIBAS, 2021 *apud* BARROS; SANTINI, 2022, p. 3)

A desinformação, desde muito tempo, é claramente uma das condutas mais utilizadas como forma de manipulação da população, e, em especial, dos eleitores. Segundo Yuval Harari (2013) nossa linguagem evoluiu para instrumentar nossa evolução e facilitar a cooperação social, essencial para a sobrevivência e a reprodução. Assim, historicamente, a fofoca se tornou a pedra angular da comunicação com intuito de prejudicar concorrentes e assegurar a liderança para quem soubesse disseminar boatos e mentiras, que normalmente prevaleciam sobre os fatos.

A infodemia – uma superabundância informacional na qual diferentes atores com ou sem especialização científica disputam espaço na difusão de narrativas [...] (OLIVEIRA, 2020) – é uma característica própria do mundo globalizado, intensificada cada vez mais pela internet e, em específico, pelas mídias sociais. Isso porque auxiliam na disseminação e legitimação de qualquer tipo de informação, apresentada das mais diversas formas a depender do âmbito sociocultural. A globalização tem sido caracterizada pela midiatização, com a dinâmica de instantaneidade e ubiquidade transcendendo espaços geográficos, possibilitando interações e integrações neste complexo sistema de relações digitais contemporâneos (OVADAYA, 2018 *apud* AZEVEDO JR.; MOTTA, 2018)

Grande parte da sociedade do século XXI tem experimentado a vida digital e é importante ressaltar que as fake news se popularizam e ganharam estrutura nas novas mídias sociais da internet. A política é indissociável da luta de grupos de pessoas com o intuito de se manter na posição de tomada de decisão (poder político) para promover as mais variadas medidas políticas. Porém, para se conquistar esse status, o convencimento das massas é necessário e, desde a criação do jornalismo profissional, os meios de comunicação de massa, que consistiam em jornais, rádio e televisão, serviam de instrumentos de manipulação. No cenário atual, esses meios se deparam com a estrutura descentralizada das novas mídias, implicando a impossibilidade de contornar o fluxo de informações e notícias online.

A internet e as diferentes mídias que ela proporciona permitem designar dois aspectos aos seus efeitos no processo de escolha democrática. O primeiro se refere a um aspecto positivo acerca do espaço que a internet possibilita para a deliberação e interação entre interlocutores de modo a induzir o público a criar novas redes de comunicação, facilitando a propagação de informações. Segundo Light (*apud* LEONG, 2015, p. 50) as novas mídias permitem uma maior democratização da transmissão de informações, pois os usuários contornam as estruturas rígidas das organizações políticas e o escrutínio das autoridades governamentais. O autor reforça a ideia de que a Internet, com seu acesso aberto a qualquer forma de conhecimento especializado, representa uma nova forma de ideal democrático igualitário.

Contrariamente, as críticas sobre a internet podem se estender a diversos espectros. Por exemplo, o ecossistema de bolhas, que não permite que o usuário tenham acesso a informações diversas, e atividades de protesto em redes que não entregam um resultado efetivo e prático na vida real, denominada por Morozov (2009) de “Slacktivismo”. Além disso, os ideais democráticos de igualdade estariam afastados por conta do alto índice de desigualdade no acesso à internet, sem condições de operar uma conexão digital de relevância sem a presença em larga escala da população. “O entusiasmo inicial foi substituído por avaliações mais sóbrias ou pessimistas do potencial da Internet para reconectar a elite política aos cidadãos.” (LEONG, 2015, p. 50)

Apesar de ser notório que as fake news são capazes de tumultuar as visões de mundo de parcela considerável da sociedade, as pessoas, de uma forma geral, ainda estão propensas em acatar notícias falsas, mesmo sabendo de sua ilegitimidade. Um estudo do instituto Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica (IPEC) identifica que grande parte dos brasileiros, por exemplo, compreendem o impacto que as fake news têm durante o processo eleitoral. Segundo os dados, 85% dos brasileiros acreditam que as fake news podem afetar a iminente eleição presidencial de 2022. Entre os mais jovens, com idades entre 16 e 24 anos, esse número chega a 91%.

O excesso de informação e desinformação, portanto, são elementos capazes de alterar o paradigma sociocultural de um povo e causar uma mudança repentina de orientações ideológicas da sociedade, especialmente durante o processo eleitoral. Sendo assim, esse estudo se ocupou em identificar como as fake news afetam o processo de escolha do voto das pessoas, por meio da análise dos resultados de pesquisas empíricas sobre os fatores das notícias falsas que alteram a percepção dos eleitores e de que forma os eleitores se apropriam delas. Esse trabalho selecionou estudos alocados em uma das maiores bases de artigos científicos generalistas do mundo, a Scopus.

2. DESINFORMAÇÃO, FAKE NEWS E A PÓS-VERDADE

Há algum tempo era difícil de estabelecer uma definição consensual e amplamente aceita acerca do significado de fake news no meio acadêmico. Em que pese a sua longa existência, esse termo foi posto em mais evidência pela mídia americana durante a cobertura das eleições presidenciais de 2016 dos Estados Unidos da América (EUA), que foi responsável por definir um novo significado às fake news. Adotou-se essa nomenclatura para designar os sites de notícias que divulgaram notícias falsas com o intuito de prejudicar Hillary Clinton, o que acabou culminando na vitória de Donald Trump.

Além disso, a expressão fake news foi vulgarizada e banalizada especialmente pelo então presidente Donald Trump com o objetivo de atribuir parcialidade na atuação dos veículos de comunicação tradicionais do país. A conotação dada às fake news se relacionava com as notícias veiculadas que não lhe eram favoráveis, na maioria das vezes.

Figura 1 – Primeiro tweet de Donald Trump com o termo fake news



Apesar da popularização das fake news ter ocorrido recentemente, é possível afirmar que elas estão presentes muito antes de se tornar um fenômeno capaz de alterar as rotas políticas do mundo. Como a conhecemos, as fake news é um movimento com um pouco mais de 20 anos, popularizada desde que a internet ficou acessível a todos, porém historicamente elas sempre foram um marco que impulsionou vários acontecimentos sociais.

A história das fake news antecede o naufrágio do Titanic. Em 1522, por exemplo, Pietro Arentino tentou manipular a eleição papal escrevendo sonetos desabonadores sobre os candidatos, à exceção daquele apoiado pelos Medici. Os poemas eram afixados em um busto exposto publicamente próximo à Piazza Navona, em Roma, e conhecido como Pasquino. As pasquinadas então se tornaram um gênero comum de

difusão de notícias maliciosas, muitas vezes falsas, sobre figura pública. (BRANCO, 2018, p. 159)

Além do termo fake news, há várias terminologias que caracterizam as narrativas falsas: hoaxes, notícias falsas, conteúdos enganosos e informações falsas. Em razão disso, buscou-se conceituar mais precisamente o conceito dessa expressão. Após anos de intensos debates acadêmicos e midiáticos, ainda persistiam certas imprecisões quanto ao que essa palavra representava, porém os sentidos foram se aproximando. Por exemplo, um relatório oficial do Facebook de 2018 elaborado por Weendo, Nuland e Stamos define notícias falsas assim:

O termo “notícias falsas” surgiu como uma expressão abrangente para se referir a tudo, desde artigos de notícias que são factualmente incorretos a artigos de opinião, paródias e sarcasmo, hoaxes, rumores, memes, abuso online e declarações falsas de figuras públicas que são relatado em peças de notícias de outra forma precisas. (...) Adotamos a seguinte terminologia para nos referirmos a esses conceitos: (...) Artigos de notícias que pretendem ser factuais, mas que contêm distorções intencionais de fatos com a intenção de despertar paixões, atrair espectadores ou enganar. (FACEBOOK, 2018)

Em um dos estudos mais citados sobre fake news, Alcott e Gentzkow definem:

Artigos que são intencionalmente e comprovadamente falsos e podem enganar os leitores. (...) Nossa definição inclui artigos de notícias fabricados intencionalmente (...) Inclui também muitos artigos que se originam em sites satíricos, mas podem ser mal interpretados como factuais, especialmente quando vistos isoladamente em feeds do Twitter ou Facebook. (...) Nossa definição exclui vários primos próximos das notícias falsas: 1) erros não intencionais de denúncia (...); 2) rumores que não se originam de uma determinada notícia; 3) teorias da conspiração (estas são, por definição, difíceis de verificar como verdadeiras ou falsas...); 4) sátira que provavelmente não será interpretada erroneamente como factual; 5) declarações falsas de políticos; e 6) relatórios tendenciosos ou enganosos, mas não totalmente falsos. (ALCOTT; GENTZKOW, 2017, p. 212)

Embora existam divergências pontuais na conceituação de fake news, este trabalho adotará o conceito utilizado por Rumata e Nugraha (2020) que se refere a informações falsas produzidas intencionalmente para manipular os eleitores. Apesar disso, ressalta-se que não há um parâmetro certo para definir a intencionalidade de alguém ao produzir ou propagar uma informação. A intencionalidade tem caráter subjetivo, por isso, na maioria das vezes não é possível identificá-la e avaliá-la.

De acordo com Vojak (2017) existem dois tipos de notícias falsas: as acidentais e as intencionais. Acidentalmente as notícias podem ser fabricadas por pessoas imperitas que somente publicam a notícia e não poderiam imaginar que suas postagens se tornariam virais no outro dia. Contrariamente, notícias falsas intencionais são elaboradas deliberadamente por uma pessoa ou grupo de pessoas que também envolve contas falsas para criar o caos.

O impacto das fake news no ambiente democrático ainda está sendo experimentado praticamente por todos, tendo em vista a ascensão de diversos líderes autoritários que utilizaram as notícias falsas como instrumento de coerção eleitoral. Mesmo em países onde não são capitaneados por autoridades autoritárias, percebe-se o fortalecimento de uma extrema-direita que insufla a população com narrativas imprecisas e intencionais. Prova disso são alguns estudos científicos identificados por Ferreira (2018) que indicaram campanhas de desinformação nas últimas eleições da França (Ferrara, 2017), Áustria (Fuchs, 2016) e Alemanha (Davey e Ebner, 2017), ligadas a grupos de extrema-direita. O autor convém destacar que os trabalhos consultados não comprovam uma relação direta entre as campanhas e o resultado.

Para se ter uma ideia do impacto e do poder de alcance das fake news, ainda de acordo com Ferreira (2018, p. 158), nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, o engajamento das fake news sobre os candidatos ao cargo foi até três vezes maior do que o engajamento em conteúdo de veículos de comunicação tradicionais. Além disso, nos casos dos dois melhores colocados na pesquisa de intenção de voto, situados em lados opostos do arco ideológico local, os conteúdos falsos responderam por mais da metade dos engajamentos da amostra.

As fake news estão circunscritas em um conceito muito mais amplo que abrange outras espécies de informação, a desinformação. Segundo a UNESCO (2018), existem três tipos de 'desordem da informação': (1) Informação incorreta – informação falsa compartilhada por uma pessoa que acredita ser verdadeira e sem verificação prévia dos fatos; Desinformação – uma mentira deliberada e informações falsas criadas e compartilhadas intencionalmente); e (3) Má-informação – informações verdadeiras e baseadas na realidade, mas compartilhadas para criar caos ou prejudicar uma pessoa, organização ou país.

Figura 2 – Tipos de Transtorno da Informação



Fonte: (UNESCO, 2018, p.48)

A desinformação por si só não agrega valor, por esse motivo que seu compartilhamento nas redes de internet se utiliza de uma estratégia de legitimação, já que além de ter o papel de convencer, também se ocupa em estabelecer um campo de significados que contorne a informação e sirva de lastro para se sustentar diante a realidade. Assim como afirma Recuero (2020, p. 387) “para que os atores sociais reproduzam um determinado discurso, há uma necessidade de enquadramento dentro de uma realidade legitimadora.”

Uma vez que a desinformação, no caso de estudo desse trabalho, as fakes news, seja dotada de estratégias de persuasão, o caminho para entender como a sua efetividade se estabelece em determinados grupos sociais vai além de enxergá-la meramente como uma informação. “A análise e compreensão da desinformação não pode ser reduzida meramente à análise e compreensão de falsidades, mentiras ou informações inexatas e incompletas.” (DEL-FRESNO-GARCÍA; MANFREDI-SÁNCHEZ, 2018, p. 7)

As fake news fazem parte de um ecossistema de instrumentos que quando analisado por uma visão macro forma uma realidade paralela ao mundo dos fatos. Muitos autores intitulam esse fenômeno como a época da pós-verdade. Os argumentos falaciosos, as mentiras, a desinformação são amplamente estabilizadas como base de um cenário para moldar os pensamentos de quem lê. No entanto, até

mesmo interpretações plausíveis, fatos efetivamente comprovados podem conferir também ao fenômeno da pós-verdade. As afinidades entre as fake news e os discursos fundados na pós-verdade se baseiam nos lastros manipulatórios.

[...] alguns consideram que o discurso da pós-verdade corresponde a uma suspensão completa de referência a fatos e verificações objetivas, substituídas por opiniões tornadas verossímeis apenas à base de repetições, sem confirmação de fontes. Penso que o fenômeno é mais complexo que isso, pois ele envolve uma combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis em uma mistura que é, no conjunto, absolutamente falsa e interesseira. (DUNKER, 2017, p. 38)

A pós-verdade é caracterizada pela superação do desejo da verdade por parte do indivíduo. Ou seja, existe uma renúncia do dever de verificação da verdade dos fatos para manter as ideias e certezas estabelecidas do sujeito. Há sempre uma interpretação anteriormente equalizada pelo sujeito por circunstâncias que acontecem, e os fatos têm o dever de servi-lo e endossá-lo independentemente da razão.

Segundo Leong (2015, p. 51) na época da pós-verdade as pessoas podem ficar mais isoladas, surfando sozinhas em vez de se envolverem na comunidade, enfraquecendo o engajamento social e cívico. Isso pode ser amplamente observado pelo fortalecimento de governos de extrema direita em alguns países do globo, que instauraram a desordem democrática e promovem a descredibilização das instituições e dos veículos de comunicação. Assim, sendo reconhecidos como movimentos sociais que são consequência da era da pós-verdade.

No contexto da internet, a pós-verdade ganha força por conta dos algoritmos que selecionam os conteúdos na web por meio das preferências de busca do usuário na internet. Dessa forma, as redes agem para proporcionar respaldo das convicções introjetadas pelo usuário. Assim, reduz-se o espectro das múltiplas informações e conteúdos aos quais o eleitorado poderia ser exposto.

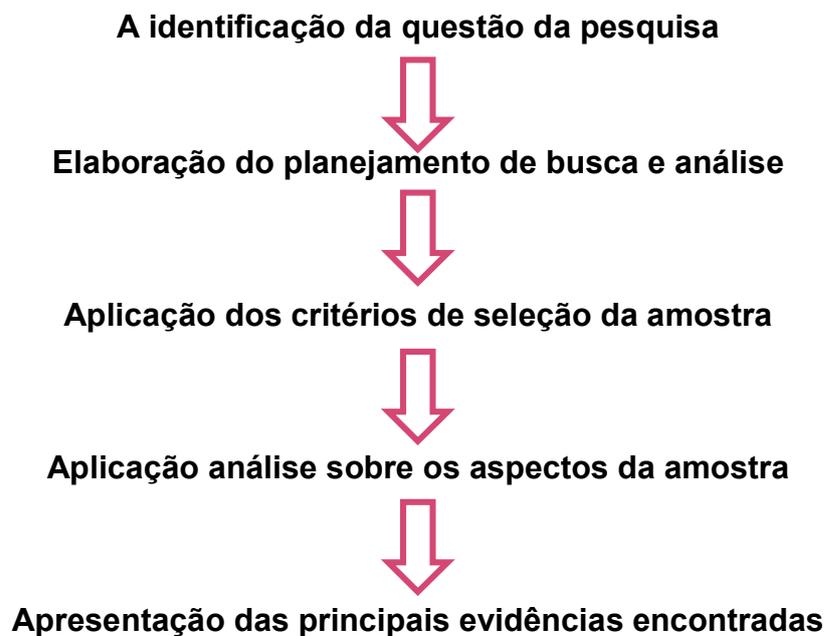
Muito do valor e interesse desse evento de desinformação reside tanto em sua natureza (des)informativa quanto performativa, e em como, quando confrontados com a incerteza política, a tecnologia e a desinformação criam bolhas de filtro (Pariser, 2011) e câmaras de eco. Seria paradoxal se a escala desse fenômeno de desinformação

carecesse de características informativas porque então seria simplesmente propaganda. (DEL-FRESNO-GARCÍA; MANFREDI-SÁNCHEZ, 2018, p. 7)

3. METODOLOGIA

Esse trabalho foi realizado a partir de cinco etapas. Primeiramente, identificou-se a questão que seria o objeto da pesquisa. Segundamente, foi elaborado um planejamento de busca de estudos que discutisse a questão da pesquisa, por meio da plataforma Scopus. Logo depois, foram aplicados os critérios de seleção de amostra, a fim de identificar os trabalhos que realmente dialogassem com o propósito dessa monografia. Então, analisou-se os aspectos da amostras, de modo a encontrar evidências sobre o tema e a posterior apresentação.

Figura 3 – Etapas da pesquisa



O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão de escopo sobre a interferência da desinformação em processos eleitorais. Segundo Cordeiro e Soares (2019), a revisão de escopo é proposta para a realização de mapeamento da literatura num determinado campo de interesse. Elas ressaltam ainda que diferentemente da revisão sistemática, a revisão de escopo é adequada a tópicos amplos, podendo reunir vários desenhos de estudos e tem a finalidade de reconhecer as evidências produzidas.

Como o objeto da literatura acadêmica ficou centrado em desinformação, fake news e eleições, foram elaboradas duas questões de pesquisa a fim de: identificar o que motiva um eleitor acreditar em fake news; identificar como a fake news afeta o processo de escolha do voto; e analisar como o eleitor se apropria das fake news.

QP1: A partir dos estudos empíricos, como as fake news afetam o processo de escolha do voto das pessoas?

QP2: De que forma os eleitores lidam com as fake news, apesar de conhecer a sua falsidade?

O ambiente de coleta de trabalhos empíricos escolhido foi a base de artigos científicos Scopus (<https://scopus.com>), considerada uma das principais bases generalistas do mundo ao longo do período analisado. O período escolhido foi definido entre o ano de 2013 e 2022 e tem o intuito de mapear especialmente o início da popularização da disseminação das fake news de forma massiva em redes digitais para o eleitorado, até chegar ao ano atual em que esse trabalho é feito.

A partir deste recorte geral, foi elaborada uma expressão de busca com um eixo único¹, com o intuito de alinhar os conceitos de desinformação e eleição, incluindo variações de termos, através do recurso asterisco. O idioma inglês é considerado o padrão para resumos acadêmicos em diferentes artigos pelo mundo (McKinley & Rose, 2019), por isso a expressão de busca foi feita em inglês, porém os resultados das buscas independem do idioma do artigo em si. Além disso, não foi definida restrição quanto ao idioma na coleta dos periódicos. O autor além de possuir bom domínio de interpretação em inglês e espanhol, utilizou recursos de tradução via internet.

¹ Eixo único: Desinformação e eleições: "*Desinformation*" OR "*misinformation*" OR "*fake news*" OR "*infodem*" OR "*Mistrust*" OR "*fake controvers*" OR "*pseudo fact*" OR "*pseudo-fact*" AND "*election*" OR "*voting*"

Etapa de coleta

Critérios de seleção dos artigos

- Base de dados: Scopus
- Período: Artigos publicados entre 2013 e 2022
- Campos de busca: Título, palavras-chave e resumo
- Documento: Artigo
- Idiomas: inglês, português e espanhol

400

Artigos coletados

Etapa de seleção

Critérios formais de exclusão

- Estudos teóricos, ensaios, textos jornalísticos e filosóficos;
- Capítulos de livros e trabalhos que não fossem artigos;
- Métodos que não são adequados ao objetivo proposto;
- Conclusões e resultados poucos relevantes ou inalcançados.

Critérios temáticos (inclusão)

- Se o foco do estudo abrange fake news e desinformação no âmbito do processo eleitoral;
- Se o foco do estudo inclui o impacto das fake news na escolha do voto do eleitor;
- Se os resultados do estudo revelam os motivos dos indivíduos endossarem as fake news

33

Artigos selecionados

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 Corpus e considerações

Tabela 1 – artigos classificados para a análise

Título	Autores	Periódico	Área do artigo
Knowledge and partisan bias: An uneasy relationship	Tworzecki, Hubertum e Markowski, Radoslawb	East European Politics and Societies	Sociologia
When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism	Meital Balmas	Communication Research	Comunicação
Effects of Voting Advice Applications (VAAs) on political knowledge about party positions	Martin Schultze	Policy and Internet	Comunicação
Political communication in Malaysia: A study on the use of new media in politics	Pauline Leong	eJournal of eDemocracy and Open Government	Comunicação
Politics, hackers and partisan networking. Misinformation, national utility and free election in the catalan independence movement	Miguel Del-Fresno-García e Juan-Luis Manfredi-Sánchez	Profesional de la Informacion	Comunicação
Comparing features of fabricated and legitimate political news in digital environments (2016-2017)	Toluwase Victor Asubiaro; Victoria L. Rubin	Proceedings of the Association for Information Science and Technology	Comunicação
What if People Knew more about Politics? Simulating Fully Informed Votes and Attitudes in Brazil	Alessandro Freire, Pedro Masson, Mathieu Turgeon	Revista de Sociologia e Política	Ciência Política

Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira	Ricardo Ribeiro Ferreira	Observatório	Comunicação
Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information	Rachel R. Mourão; Carig T. Robertson	Journalism Studies	Comunicação
User engagement with political “facts” in the context of the fake news phenomenon: An exploration of information behaviour	Rita Marcella; Graeme Baxter; Agnieszka Walicka	Journal of Documentation	Comunicação
Misinformation and the justification of socially undesirable preferences	Flynn DJ; Yanna Krupnikov	Journal of Experimental Political Science	Sociologia e Ciência Política
Viral content on Facebook: A case study on the run-up to the Brazilian 2018 presidential elections	João Canavilha; Maíra Bittencourt; Marco Antônio Augusto de Andrade	Pesquisa Jornalismo Brasileiro	Comunicação
Internet and social media use and political knowledge: Evidence from Turkey	Simge Andi; S. Erdem Aytac; Ali Çarkoglu	Mediterranean Politics	Ciência Política
#Fraudenasurnas: Desinformação estratégias discursivas de no twitter durante as eleições brasileiras de 2018	Raquel Recuero	Revista Brasileira de Linguística Aplicada	Comunicação
Public Beliefs about Falsehoods in News	Karolinaa Koc-Michalska; Bruce Bimber; Daniel Gomez; Matthew Jenkins; Shelley Boulianne.	International Journal of Press/Politics	Sociologia
It takes a village to manipulate the media: coordinated link sharing	Fabio Giglietto; Nicola Righetti;	Information Communication and Society	Comunicação

behavior during 2018 and 2019 Italian elections	Luca Rossi; Giada Marino		
Cognitive Biases in Link Sharing Behavior and How to Get Rid of Them: Evidence from the 2019 Spanish General Election Twitter Conversation	Jordi Morales-i-Gras	Social Media and Society	Comunicação
'They can't fool me, but they can fool the others!' Third person effect and fake news detection	Nicoleta Corbu; Denisa-Adriana Oprea; Elena Negrea-Busuic; Loredana Radu	European Journal of Communication	Comunicação
You are fake news: political bias in perceptions of fake news	Sander van der Linden; Costas Panagopoulos; Jon Roozenbeek	Media, Culture and Society	Sociologia e Ciência Política, Comunicação
Mistrust, Disinforming News, and Vote Choice: A Panel Survey on the Origins and Consequences of Believing Disinformation in the 2017 German Parliamentary Election	Fabian Zimmermann; Matthias Kohring	Political Communication	Comunicação
Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media	Giselle Rampersad; Turki Althiyabi	Journal of Information Technology and Politics	Sociologia
Who believed misinformation during the 2019 Indonesian Election?	Saiful Mujani; Nicholas Kuipers	Asian Survey	Ciência política
An analysis of fake narratives on social media during 2019 Indonesian presidential election	Vience Mutiara Rumata; Fajar Kuala Nugraha	Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication	Comunicação
The influence of partisanship in the reception of fake news and fact-checking in a polarized political context	Thales Vilela Lelo	Observatório	Comunicação
Exploring the influence of citizen journalism content on the Malaysian political landscape	Nuurrianti Jalli	Kajian Malaysia	Sociologia

Analyzing Twitter Users' Behavior before and after Contact by the Russia's Internet Research Agency	Upasana Dutta; Rhett Hanscom; Jason Shuo Zhang; Richard Han; Tamara Lehman; Qin Lv; Shivakant Mishra	Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction	Sociologia
O processo de desinformação e comportamento informacional uma análise sobre a escolha do voto para as eleições municipais de 2020	Diego Leonardo de Souza Fonseca; João Arlindo dos Santos Neto.	Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação	Comunicação
Partidismo: ¿el verdadero aliado de las fake news? un análisis comparativo del efecto sobre la creencia y la divulgación	João Pedro Baptista; Elisete Rodrigues Correia; Anabela Gradim Alves; Valeriano Piñeiro-Naval	Revista Latina de Comunicacion Social	Comunicação
Misinformation about fake news: A systematic critical review of empirical studies on the phenomenon and its status as a 'threat'	Fernando Miró-Llinares; Jesús C. Aguerri	European Journal of Criminology	Sociologia
Sophisticated Hate Stratagems: Unpacking the Era of Distrust	Rita Kirk; Dan Schill	American Behavioral Scientist	Sociologia
Selective Belief: How Partisanship Drives Belief in Misinformation	Taberezh Ahmed Neyazi; Burhanuddin Muhtadi,	International Journal of Communication	Comunicação
Post-truth propaganda: heuristic processing of political fake news on Facebook during the 2016 U.S. presidential election	Khudejah Ali; Khawaja Zain-ul-abdin	Journal of Applied Communication Research	Comunicação
Social Media and Belief in Misinformation in Mexico: A Case of Maximal Panic, Minimal Effects?	Sebastián Valenzuela; Carlos Muñoz; Marcelo Santos	International Journal of Press/Politics	Comunicação

Os termos utilizados na elaboração das expressões de busca e os conceitos do processo e seleção temática foram definidos através de uma aferição de pesquisas a fim de identificar as bases teóricas evidenciadas por vários e distintos autores que trabalham com os temas centrais do eixo único. Dessa forma, a desinformação seria uma espécie do gênero informação, mesmo ela sendo total e parcialmente falsa, pois, de acordo com Fox (*apud* DEL-FRESNO-GARCÍA; MANFREDI-SÁNCHEZ, 2018, p. 2) “informar não requer verdade, e a informação não precisa ser verdadeira.”

Em referência à desinformação, seu conceito foi amplamente dissecado logo na introdução desse trabalho, no entanto ainda cabe ratificar o quanto ela representa uma infinidade de formas que não correspondem a dicotomia do verdadeiro ou falso. Para se ter noção, o Fórum Econômico Mundial e a União Europeia (DE COCK BUNING, 2018) observaram que a desinformação é um problema mundial e uma das intimidações crescentes às sociedades democráticas, pois ela é um conceito mais heterogêneo e complexo do que apenas notícias falsas ou informações imprecisas. Assim, a desinformação se caracteriza de extrema importância quando se relaciona com a comunicação social e política porque tem um potencial de caráter performativo.

A partir do que foi discutido anteriormente, a desinformação pode ser compreendida como informações enganosas amplamente distribuídas de maneira metódica aptas a conferir confusão na interpretação da realidade da vida pública. No entanto, além de estimular ao erro vários estudos confirmam que há dois aspectos importantes na desinformação: a intencionalidade, o que confere do compartilhamento acidental (Hjorland, 2007; Fallis, 2015), e a motivação, relacionada a inspirações políticas, sociais ou econômicas.

Apesar da identificação de dois aspectos presentes na desinformação, a aferição de indícios que indiquem e identifique se a desinformação é intencional ou não ainda é muito difícil e pouco captada pelos estudos analisados nesse trabalho. “Sem grandes volumes de evidências, elaborações hipotético-dedutivas não se sustentam, levando alguns pesquisadores a inferir relações de causalidade por indução.” (SANTINI; BARROS, 2022, p. 10). Como consequência muitos estudiosos resolveram utilizar o termo *misinformation*, que faz referência a informações falsas de um modo geral, independentemente de intencionalidade de manipulação do sujeito.

Dessa forma, desinformação (desinformation) ocupa o lugar de informação enganosa intencionalmente articulada para promover desordem.

As fake news ocupam o entorno da desinformação e da misinformation, porém seria particularizada por circular de forma mais convincente no campo jornalístico. Mesmo assim, é uma expressão que caiu em desábito pela academia, pois ela começou a ser atravessada por distorções de significado, principalmente pelo uso constante das fake news por motivos políticos.

Ainda no eixo 1, para desenvolver o recorte conceitual de voto, toma-se como referência o ponto de vista defendido pelo jurista Nelson de Souza Sampaio (1983, p. 180), segundo o qual o voto tem, primordialmente, o caráter de uma função pública. Como componente do órgão eleitoral, o eleitor concorre para compor outros órgãos do Estado também criados pela constituição. Diante disso, o voto se constitui como instrumento fundamental pelo qual se viabiliza a eleição. A maioria dos artigos selecionados analisam ou foram feitos em países nos quais a democracia varia de imperfeita a plena, de acordo com o Índice de Democracia criado em 2006 pela revista *The Economist*.

4.2 Distribuição temporal e temática dos artigos analisados

Ao se refletir acerca do conjunto temático amplo (n= 399), pode-se aferir que o campo de pesquisas em fake news e desinformação na eleição e no processo de escolha de voto vem aumentando de forma contínua. Quando se analisa a quantidade de periódicos por ano de publicação, percebe-se que de 2014 a 2016 o conjunto de artigos equivale a 13. Entretanto, há uma curva de crescimento que se mantém entre 2017 a 2020. O número de artigos em 2021 tem uma leve queda, apesar de se manter alto. Isso se deve ao fato de, provavelmente, ter sido o ano mais desarranjado pelas dificuldades impostas da pandemia de Covid-19.

No subconjunto temático específico (n=33), o corpus que inclui somente artigos com foco sobre fake news e eleições, observa-se que o ápice de trabalho publicados disponíveis na base scopus também foi em 2020. Além disso, pode-se inferir que a quantidade de artigos que estudam essa temática, no conjunto temático amplo e específico, cresceram repentinamente. Isso se deve ao fato do impulsionamento que

as eleições presidenciais americanas de 2016 causaram para os estudos da fake news.

Figura 4 – Volume de artigos do conjunto temático amplo (n=399) distribuídos por ano de publicação.

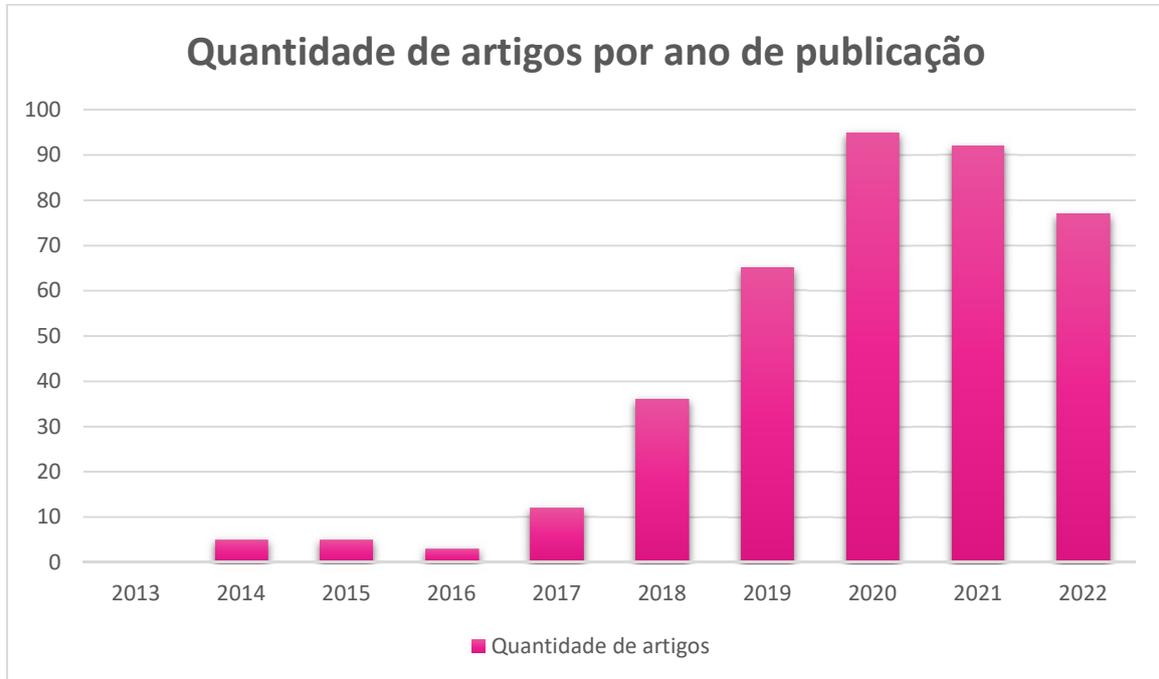


Figura 5 –Volume de artigos do corpus final (n=33) por ano de publicação.

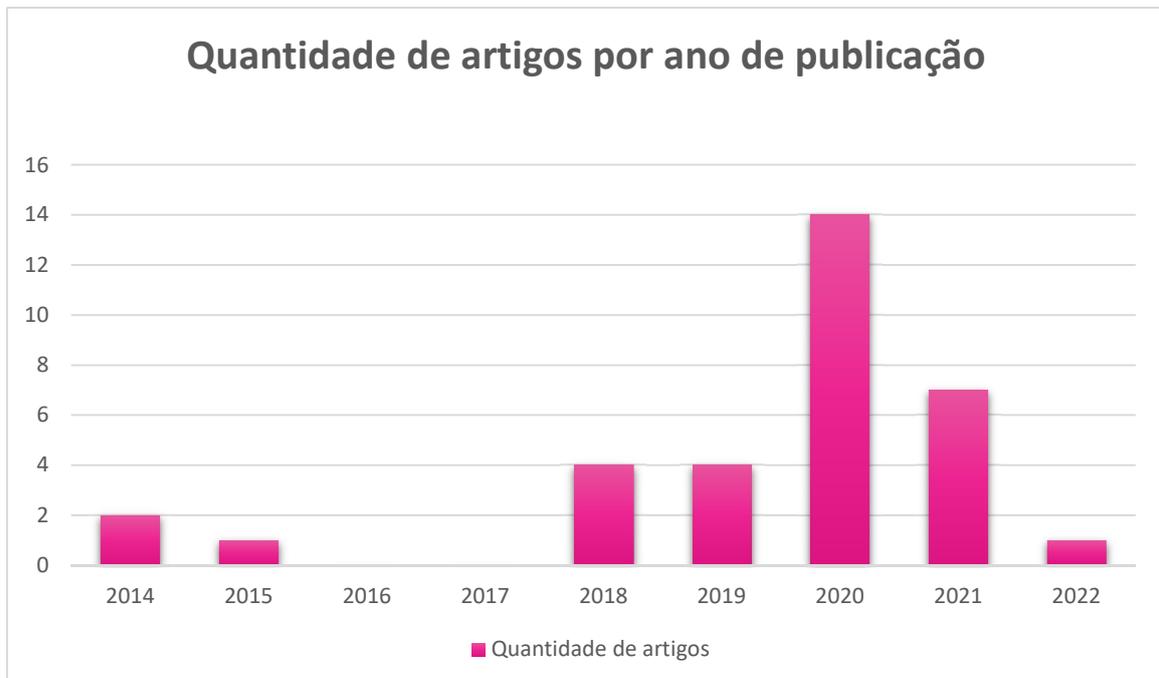
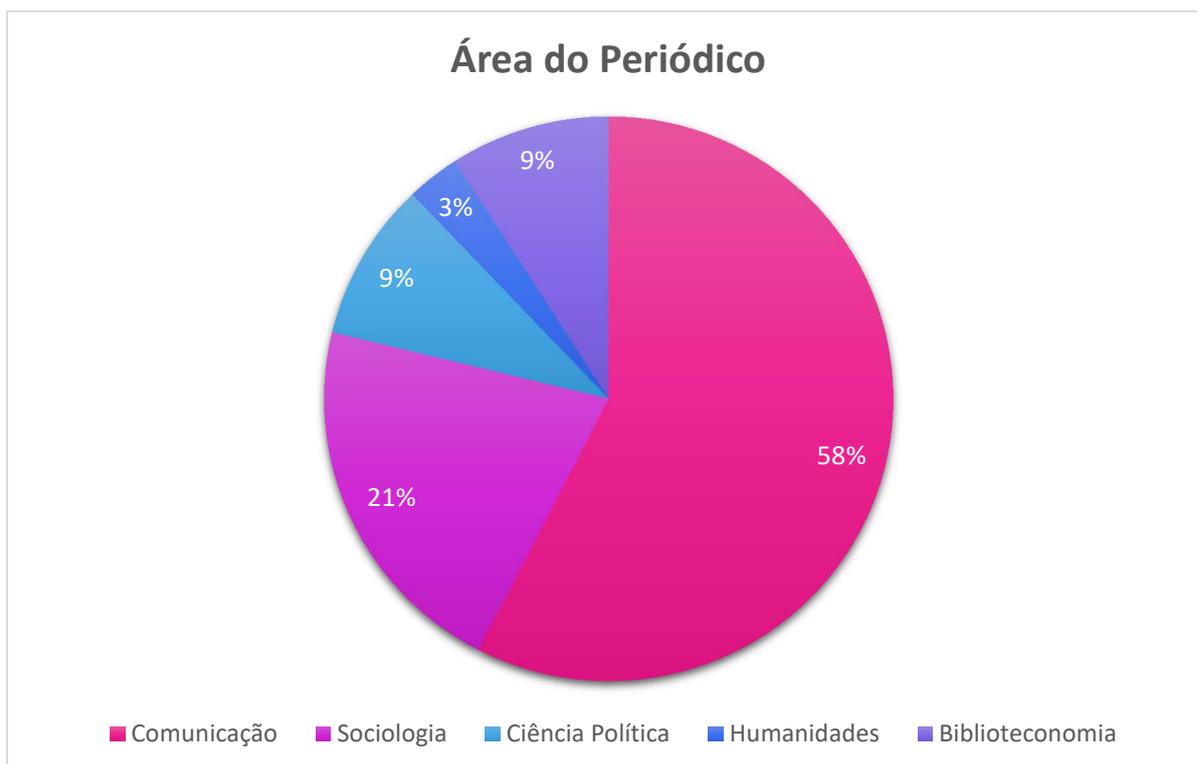


Tabela 2 - Volume de artigos do corpus final em relação às variáveis nomeadas.

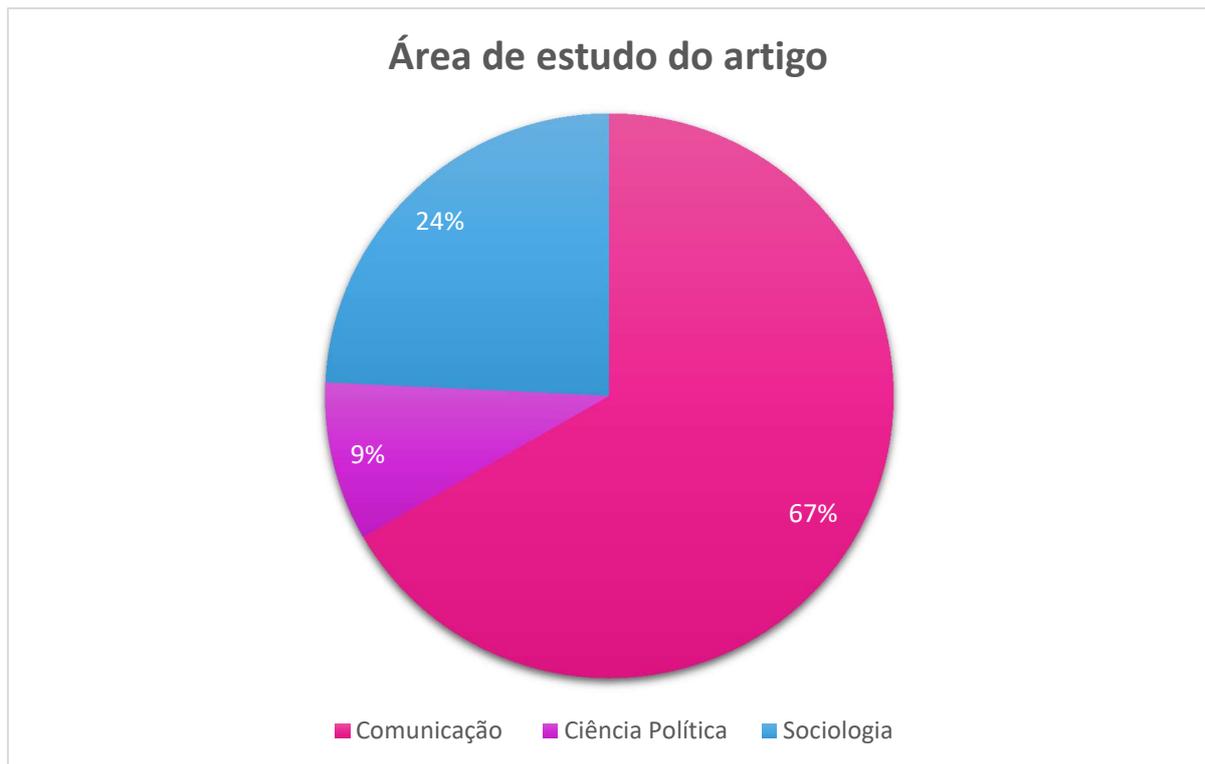
Área do periódico: (19) Comunicação (7) Sociologia (3) Ciência Política (1) Humanidades (3) Biblioteconomia	Área de estudo do artigo: (22) Comunicação (3) Ciência Política (8) Sociologia	Abordagem metodológica: (29) Qualitativa (3) Mista (1) Quantitativa
Plataformas de mídias sociais estudadas: (25) Nenhuma (3) Twitter (0) Youtube (1) Facebook (1) Outras plataformas (3) Múltiplas plataformas especificadas no artigo	País foco do estudo: (9) Nenhum (1) Portugal (3) EUA (1) Alemanha (1) Polônia (6) Brasil (1) Malásia (1) Escócia (1) Reino Unido (1) Israel (2) Espanha (1) Turquia (1) Itália (1) Romênia (2) Indonésia (1) México	Terminologia presente no título e / ou resumo do artigo: Misinformation (12) Sim (21) Não Fake news (21) Sim (12) Não Disinformation (14) Sim (19) Não Election (23) Sim (10) Não Voting (8) Sim (25) Não

Gráfico 1 – Área do periódico



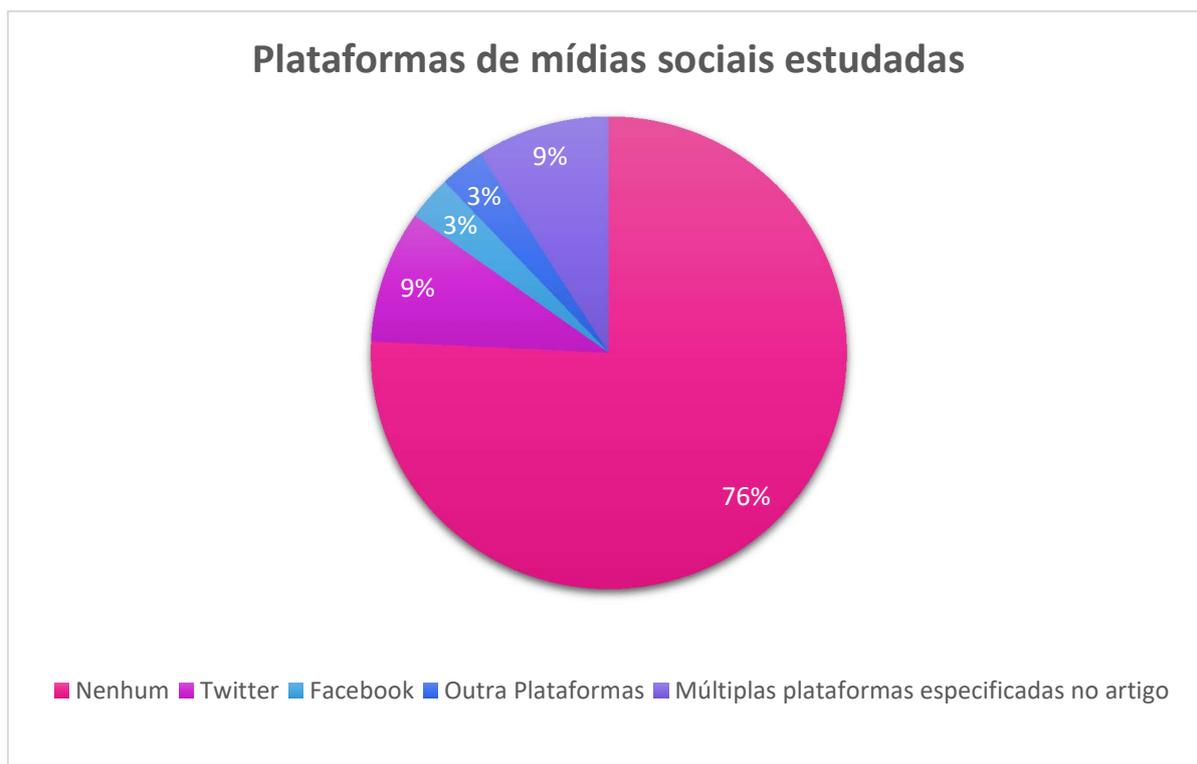
Os dados explanados na tabela 1 foram extraídos do corpus final dos artigos selecionados. Percebe-se que a área predominante de estudo dos periódicos em que foram publicados os artigos são majoritariamente no segmento de comunicação (57,5%). Essa proporção se aproxima da área de estudo dos artigos que está estabelecida em 66,6% na área de comunicação. Esses resultados já eram previsíveis tendo em vista o foco desse trabalho em investigar a desinformação e fake news relacionado ao fenômeno da comunicação na internet. Também é possível inferir desses resultados, que há uma interdisciplinaridade quando se compara a área de estudos dos artigos com a área de estudo dos periódicos, ou seja, periódicos de diferentes áreas, como sociologia, ciência política e biblioteconomia, incorporaram em maior número estudos sobre comunicação.

Gráfico 2 – Área de estudo do artigo



Outro aspecto em relação à área de estudos, as abordagens no campo da sociologia merecem um destaque, pois foi a segunda área de maior frequência, seja em relação ao periódico seja em relação ao trabalho em si. A maioria desses estudos são voltados a investigar o comportamento dos indivíduos frente ao fenômeno epidêmico da desinformação, de modo a compreender como ocorrem os estímulos e respostas das fake news.

Gráfico 3 – Plataforma de mídias sociais estudadas

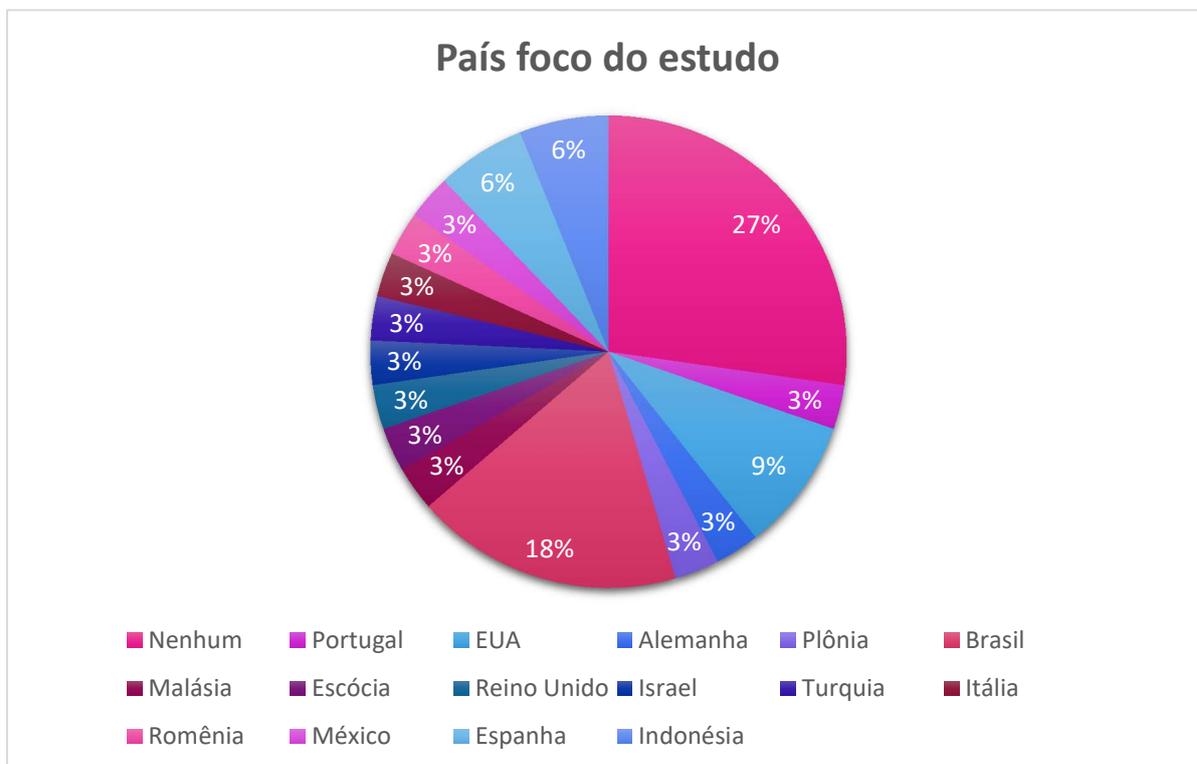


A concentração dos estudos em relação ao tipo de plataforma de mídia se concentra no Twitter (9,0%). Com isso, essa plataforma se consolida como uma das mais relevantes para entender como ocorre o fenômeno das fake news nas redes. Isso se deve muito ao fato de se manter como uma das redes sociais que mais projetam acessibilidade aos dados dos usuários via API pública, diferente do Facebook, que figurou como a segunda plataforma mais estudada. Segundo Kim (2013) os dados do Twitter podem ser obtidos de diversas fontes, que influenciam a representatividade da amostra do estudo e as necessidades e custos de processamento e/ou limpeza de dados. O API do Twitter tem uma abordagem mais automatizada de recuperação de dados. O facebook figurou como a segunda plataforma identificada com maior menção de estudos.

Também são encontrados estudos que perpassam por blogs, portais de notícia e que não se encaixam muito bem em uma determinada plataforma ou estão em conjugação com plataformas variadas. Infere-se a falta de trabalhos que investiguem por plataformas de mensagens instantâneas, como whatsapp e telegram. Esse tipo de aplicativo são fundamentalmente os mais utilizados como

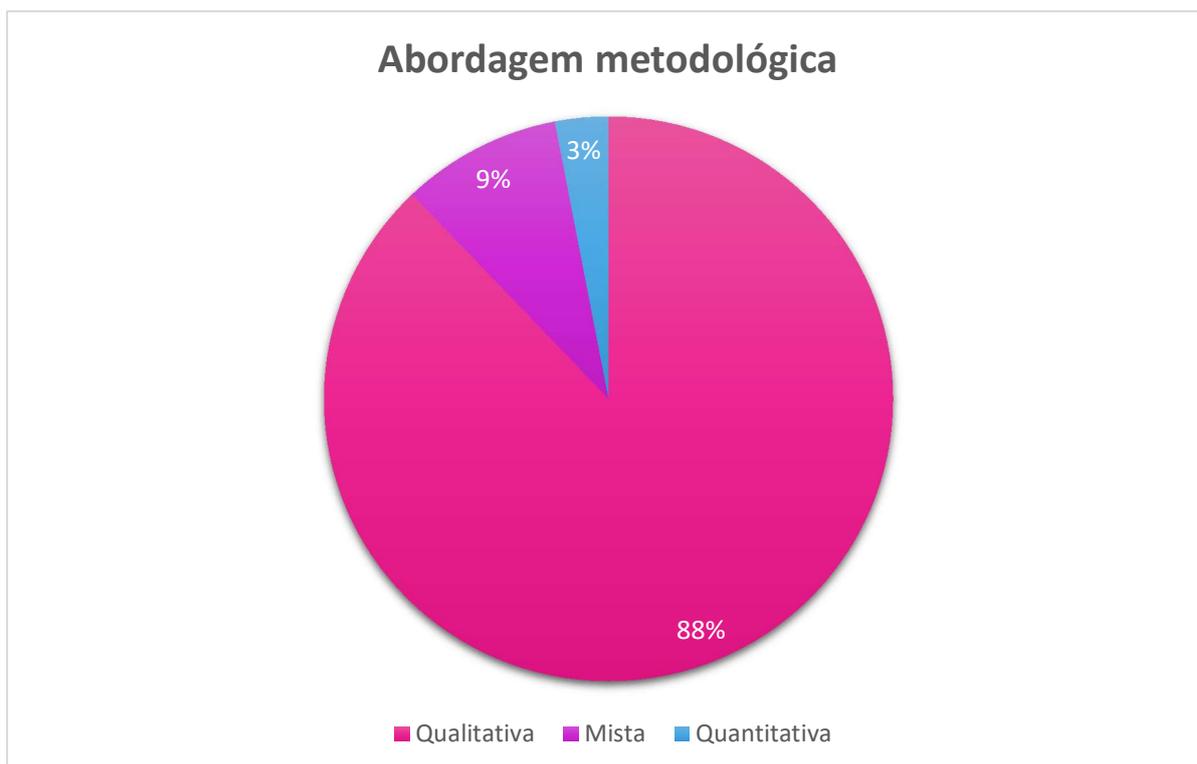
forma de disseminação orquestrada de desinformação. Há algumas menções em poucos estudos, mas não são o foco central do trabalho.

Gráfico 4 – País foco do estudo



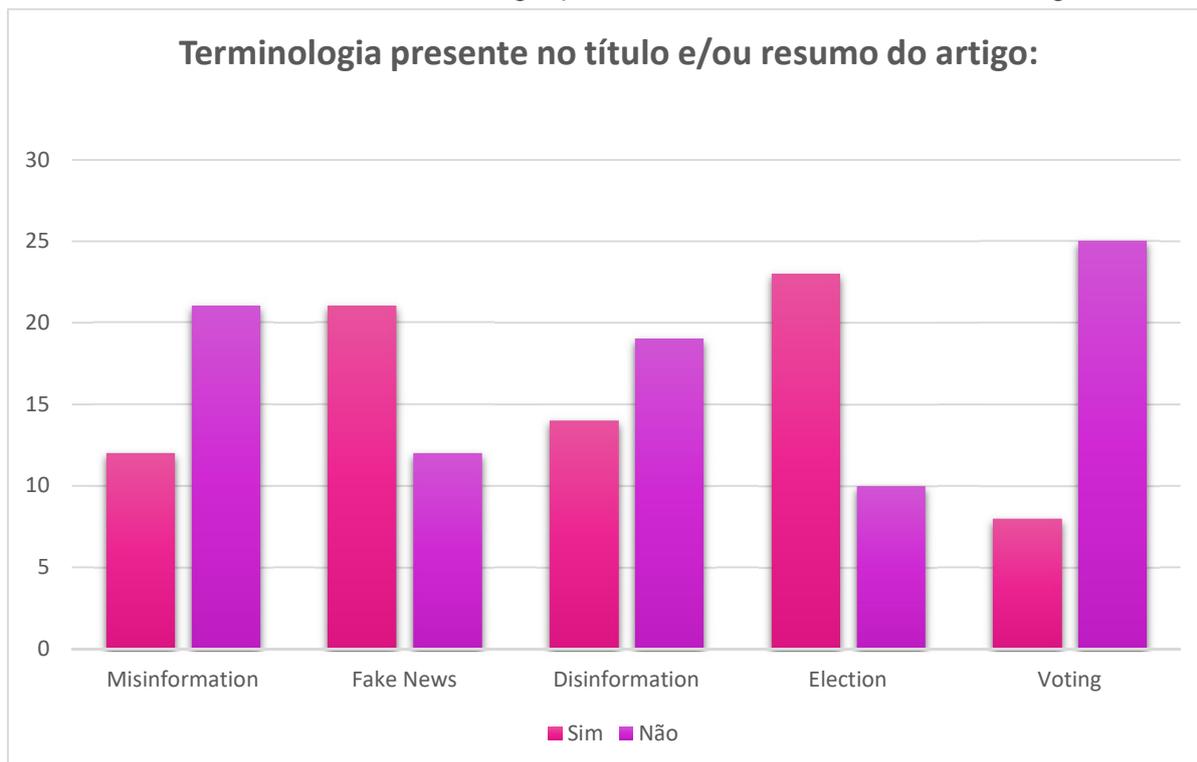
O Brasil representa o país com mais focos de pesquisa no corpus final dos artigos selecionados (18%). Dessa quantia, sua totalidade foca em investigar o fenômeno das fake news e desinformação em geral nas eleições presidenciais de 2018 do país. O movimento ascendente de trabalhos pós 2018 focados no Brasil também é verificado nos trabalhos com foco nos EUA (9%) em relação às eleições presidenciais de 2016. Ao se aprofundar mais nessa categoria, percebe-se que a grande maioria dos artigos do corpus não tem um país específico de estudos. Alguns se permitem se debruçar sobre aspectos de desinformação de mais de um país. No entanto, esses artigos em sua ampla maioria têm como referências exclusivamente ou majoritariamente conteúdo em inglês, o que reforça o predomínio dos estudos em língua inglesa.

Gráfico 5 – Abordagem metodológica



Em relação a metodologia adotada, a preponderância é de artigos com abordagens qualitativas (87,8%). Entre esses artigos há diferentes tipos de métodos empregados, como entrevistas de indivíduos/grupos focais e análise de documentos, mensagens, publicações de internet. Neste primeiro método, são feitos alguns experimentos e entrevistas de grupos para submetê-los a exposição de conteúdos de fake news ou para compreender como agem os indivíduos em relação a conteúdos desinformantes. Logo, diversos foram os materiais utilizados desde publicações em blogs, sites de notícia e redes sociais até conteúdos de emissoras de televisão. Esses conteúdos também foram largamente utilizados como fonte de observação do segundo método apontado.

Gráfico 6 – Terminologia presente no título e/ou resumo do artigo



Quanto à terminologia presente no título ou resumo, os termos informacionais mais comuns foram fake news e desinformação, ambos com presença em 63,6% e 42,4%, respectivamente. Nenhum artigo que traz a palavra misinformation (36,3%) também cita o termo desinformação. Isso alude à diferenciação, citada anteriormente, adotada pelos acadêmicos e estudiosos para designar objetos distintos. A maioria dos artigos utilizam o termo desinformação para classificar como a disseminação de conteúdo enganoso, portanto o diferenciando da significação do termo fake news.

4.3 Discussões teóricas

Os artigos analisados são bastante diversos e abordam diferentes perspectivas para evidenciar o impacto das fake news sobre as pessoas. Primeiramente, para que se entenda seus efeitos, faz-se necessário entender o contexto em que essas fake news são utilizadas e o que elas representam no âmbito digital. A tendência apontada por alguns estudos revela que na internet, especificamente nas redes sociais, existe um desbalanceamento de relevância nas informações que são disseminadas. Assim, nesse espaço a desinformação é a regra operante do sistema e só com ela as redes conseguem se sustentar como meio de grande impacto.

Um estudo qualitativo conduzido por Pauline Leong (2015) constatou exatamente a caracterização de um cenário de guerra digital que, conseqüentemente, desvirtua o parâmetro de equilíbrio das informações que as mídias tradicionais tentam alcançar. Entre os conteúdos utilizados como ferramenta a fim de conduzir a narrativa nas redes foram identificados “a disseminação de meias verdades e fofocas por meio de novas mídias, além de informações falsas, visuais e fotografias, muitas vezes causando equívocos, sofrimento emocional e confusão” (LEONG, 2015, p. 14).

A perda de relevância dos meios de comunicação convencionais apontada por Leong corrobora com as evidências encontradas por Ferreira (2018) ao se apontar que a audiência da mídia tradicional foi superada pelas redes sociais nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil. “Embora não seja possível mensurar sua influência na decisão dos eleitores, o debate na esfera pública digital tem ressonância nos processos decisórios das democracias” (FERREIRA, 2018, p. 158). Portanto, fica evidente que o controle de narrativas feito pelos meios de comunicação de massa durante décadas, nesse contexto, encontram dificuldade de se impor como o pêndulo da balança informacional nas redes.

Alguns estudos feitos a partir de 2020, ano no qual se iniciou a pandemia do novo corona vírus (COVID-19), identificaram uma entrada e participação maior da população nos canais digitais de comunicação. Desse modo, o caminho

mais natural foi que a política também migrasse de forma mais veemente suas atividades para os espaços digitais.

Observa-se que esse cenário criou um processo político mais virtualizado, no qual os políticos passaram a investir com maior afinco em propagandas eleitorais em canais digitais – podendo então denominar esse processo como um panorama midiático da política em um cenário de isolamento social. (FONSECA; NETO, 2021, p. 19)

No entanto, cabe ressaltar que durante o período pandêmico, os meios de comunicação tradicionais (mídia convencional) teve um papel preponderante de orientação quanto a transmissão de notícias confiáveis sobre como agir nessas circunstâncias, visto que houve uma avalanche de notícias falsas também sobre esse tema.

Retomando a proposta do artigo, um dos aspectos que desconfiguram o controle narrativo nas redes sociais é o cenário de “guerra digital” implantado, principalmente, durante o período eleitoral. Por exemplo, durante as eleições gerais da Malásia, Leong afirma que os dois partidos que disputavam o poder usaram ‘soldados cibernéticos’ para realizar ataques cibernéticos. Ainda segundo o autor, durante as eleições gerais de 2013, os cyber-troopers identificaram e atacaram “soldados” da oposição para desacreditar e inviabilizar suas mensagens, reduzindo assim o impacto e a influência. A análise feita pelo autor também encontra fundamento em outras diversas democracias no mundo devido a disseminação insana e fora de controle de fake news nas redes, transformando-as em ringues de disputa de informações.

No âmbito brasileiro, Ferreira confirma a grande dimensão alcançada pelas fake news durante as eleições gerais de 2018.

Com a pulverização entre muitos candidatos, o cenário eleitoral adverso e um índice mais baixo de penetração da internet, o engajamento em links para conteúdo falso ainda é menor do que o verificado durante as eleições de 2016 nos EUA, alvo de muitos estudos e primeiro evento recente em que foi considerado o fenômeno em questão, mas tal engajamento é extremamente relevante e ainda alto, sobretudo na comparação da interação com o material publicado pelos veículos de comunicação tradicional. (FERREIRA, 2018, p. 158)

Logicamente, o compartilhamento e aceitação de qualquer tipo de desinformação nas redes não são realizados de forma autônoma ou desorganizada. Na verdade, o que existe são grandes orquestrações que se utilizam de vários subterfúgios para que as fake news cheguem às pessoas e consigam legitimar seus discursos. O aparelhamento dessa “guerra cibernética” apontado por Leong não se constitui em uma encenação sem propósito. Os sujeitos envolvidos compõe toda uma engrenagem com finalidade específica.

Os atores, ou “soldados cibernéticos”, por exemplo, estão em quase todas as arestas das redes sociais a fim de legitimar uma falsidade ou rebater a artilharia de informações dos adversários. Podem se concentrar em pessoas com grande influência nas redes ou nem isso, bastando um grande compartilhamento para que se legitime a desinformação. No Twitter, por exemplo, conforme Recuero (2020), a maior parte dos posts cuja difusão parece ter sido bem sucedida tem parte de sua legitimação baseada na autoridade pessoal daquele que repassa a informação. Nesse caso, nas redes sociais, a credibilidade pessoal do ator que se acrescenta ao discurso falso, como é o caso de figuras famosas e influentes no campo político, também contribui para uma maior disseminação e legitimação.

Além disso, também, pode-se inferir que os discursos amparados em desinformação são utilizados como forma de construção de um senso comum entre aqueles que são suscetíveis a acreditar nessas informações. Desse modo, fica mais fácil encontrar justificativas para sustentar uma ideia ou escolha política, visto que foi avalizada por várias pessoas, incluindo figuras de autoridades.

A legitimação, assim, é constituída como uma justificativa para a ordem institucional de uma dada sociedade, obtida através do discurso (VAN LEEUWEN, 2007). Assim, esses discursos contribuem com as impressões de consenso (SOON; GOH, 2018) não apenas pela sua presença, mas, também, pelas suas estratégias de legitimação. (RECUERO, 2020, p. 388)

Embora a autoridade pessoal possa ser um fator de persuasão determinante nos discursos inseridos nas redes sociais, em um “campo de batalhas” são utilizados inclusive usuários anônimos ou até mesmo falsos – os

robôs – a fim de gerar uma maior engajamento das notícias falsas. Leong corrobora essa perspectiva ao descobrir que “a manipulação de mídias sociais ocorre por meio do uso de contas e seguidores falsos, que deturpam o real impacto e influência dos políticos. Serviços de mídia de notícias online foram invadidos e interrompidos devido a ataques Distributed Denial of Service (DDoS), dificultando o acesso às notícias para os malaios.” (LEONG, 2015, p. 14)

A estética desenvolvida nos espaços da internet se distanciam quase em sua totalidade do conceito de esfera pública do diálogo promissor baseada na perspectiva de um espaço para que grupos e indivíduos pudessem expressar seus pontos de vista, a fim de que a verdade surgisse por meio da troca de argumentos e contra-argumentos. O que se estabelece são usuários inimigos que atuam como soldados das ideologias por eles estabelecidas. Leong (2015) atesta em seu estudo que na maioria das vezes a verdade se torna a vítima em uma guerra cibernética e a informação de baixa qualidade afeta a competência e a racionalidade dos cidadãos para tomar decisões informadas. A partir disso, surge o questionamento do porquê os indivíduos se submeterem a uma realidade virtual tão díspar em relação a realidade política e social do mundo real. E ainda mais além, como as fake news interceptam, se é que fazem, em suas escolhas políticas.

De certa forma, a partir das tendências que apontam a maioria dos estudos analisados, é possível identificar que houve um aumento do engajamento político das pessoas, ampliando o nível de participação dos debates na esfera pública. Independentemente do caráter envolvido no processo de criação, utilização e compartilhamento de informações por parte do usuário, ficou nítido o grau de certeza e irredutibilidade de suas opiniões ao serem compartilhadas notícias consideradas desinformações que foram facilmente rebatidas pelas agências de checagem de notícias. Lelo (2020, p. 138) explica que “as próprias correções oferecidas pelas agências de fact-checking não são imunes às inclinações partidária dos públicos, inclinações estas que podem torná-los mais suscetíveis à desinformação quando as checagens tratam de boatos que despertam suas sensibilidades políticas e morais corrobora essa perspectiva.”

Mais além do que corroborar uma ideia, os indivíduos se tornam mais imunes quando são submetidos a fatos.

Por fim, surpreende a baixa efetividade das correções oferecidas pelas agências neste caso em específico, pois os índices de confiança nas fake news inclusive se elevam após as checagens, o que alguns estudos nomeiam como “efeito bumerangue” (Byrne & Hart, 2009; Nyhan & Reifler, 2010, Hart & Nisbet, 2011), isto é, a tendência de partidários se tornarem mais convictos de suas crenças quando elas são confrontadas por fatos. (LELO, 2020, p. 150)

Ao se analisar os estudos selecionados, verifica-se que a interferência que as fake news podem fazer no processo de escolha de voto de um indivíduo com certa posição política definida é muito pouca no que se refere a mudanças de votos ou ideologias. O público que já tem alguma crença filosófica ou política introjetada as ratificam por meio das notícias falsas, mesmo sabidamente mentirosas. Conforme ressaltado por Del-fresno-garcía e Manfredi-sánchez (2018, p. 8), “os dados mostram que cada evento de desinformação precisa apenas ser plausível, não verdadeiro, para ser aceito como certo dentro da visão de mundo [...]”. Em outras palavras, as fake news servem de âncora para sedimentar os conceitos políticos e ideológicos que já estão arraigados pelo indivíduo, mesmo não tendo respaldo na realidade do mundo inteligível.

Apesar de as pesquisas apontarem que certa parte dos indivíduos acolhem as notícias falsas com forte envolvimento emocional, uma vez que estão sob o efeito da polarização afetiva, não se pode afirmar que essa atitude representa a parcela das pessoas que nem se quer possuem noção do cenário político e social. Por exemplo, o estudo de Marcella, Baxter e Walicka (2019) envolvendo eleitores da Escócia, indica que a maioria das pessoas submetidas à pesquisa não deram nenhuma indicação clara de que faria mais do que aceitar ou rejeitar um fato, sem analisa-lo quanto a sua veracidade. Os autores ressaltam que a velocidade da informação nessas redes estimulam essa aceitação ou rejeição rápida e amplamente intuitiva, que é potencialmente altamente perigosa.

Não obstante os indivíduos não se alongarem muito para a simples aceitação ou rejeição de um fato, percebe-se que o potencial de persuasão das

notícias falsas pode ser intensificado quando existe uma certa tendência positiva ou negativa a respeito do tema discutido. Marcella, Baxter e Walicka (2019) apontam que o conhecimento prévio de um assunto pode inclinar os entrevistados a confiar ou não na informação. Esse resultado também encontra respaldo em Flynn e Krupnikov quando afirmam:

Pesquisas demonstram que as pessoas que querem justificar não gostar de uma pessoa de quem, seguindo padrões sociais, deveriam gostar, muitas vezes são motivadas a descartar qualquer informação positiva sobre essa pessoa e se apegar a informações negativas. Por outro lado, as pessoas que já estão munidas de uma razão (socialmente apropriada) para não gostar de outra pessoa geralmente são menos motivadas a descartar novas informações incongruente. (FLYNN; KRUPNIKOV, 2019, p. 6)

Essas evidências ainda se somam ao fato do indivíduo:

Se concentrar em contestar um fato com o qual discordam (cf Berinsky, 2017) e que em termos de proeminência (cf Fogg, 2002) elas notaram e responderam particularmente (confiando ou desconfiando) aqueles fatos que pintavam imagens extremamente negativas ou positivas” (MARCELLA; BAXTER; WALICKA, 2019, p. 1095)

Ainda mais, a polêmica e discordância foram constatadas como as características que mais engajam as notícias falsas, principalmente quando se envolve durante o processo eleitoral. Del-fresno-garcía e Manfredi-sánchez (2018, p. 7), afirmam que é mais fácil eliciar respostas e comportamentos em relação aos eventos enquanto eles estão acontecendo usando conteúdo altamente partidário, emocional e carregado negativamente, pois são cinco vezes mais eficiente do que o conteúdo positivo na criação de opinião.

A ideia de que aquilo que é negativo impulsiona a reação das pessoas foi atestada também no estudo de Marcella, Baxter e Walicka (2019), por meio do qual os indivíduos da pesquisa, em geral, tendiam a selecionar e falar sobre fatos que achavam incorretos – e isso pode ser uma forma bastante intrínseca ou aprendida de reação humana.

Quando se parte para uma reflexão cognitiva, a partir do que foi coletado, percebe-se, então, que mesmo as pessoas que não têm interesse político

suficiente, a predisposição de justificar uma escolha política existe, quer seja para rejeitá-la quer seja para aceitá-la total ou parcialmente. O que acontece no âmbito eleitoral, é que as fake news afloram seu lado emocional tornando mais latente a dicotomia do bom e do ruim, mesmo o indivíduo não integrando uma polarização grupal, que o leva ao extremismo.

Dessa forma, infere-se que os eleitores e as fake news coabitam por meio de uma relação de retroalimentação, visto que essas despertam paixões que alimentam o ego humano ao ponto de dar atenção, e conseqüentemente, engajamento para a notícias falsa, tornando-a mais legítima no campo das ideias. Porém, nessa relação a troca existente resulta em um saldo negativo para o indivíduo, uma vez que distorce todo o parâmetro informacional que pode levar a uma escolha política inconveniente e desastrosa.

Dentro da esfera das redes sociais, portanto, o importante é estar politicamente imposto, mesmo se isso significar validar sua escolha política por conteúdos duvidosos.

Estar desinformado é algo regular e aceitável como argumenta Lim (2013) como típico dos “princípios da cultura contemporânea de consumo” que a maioria dos usuários de mídias sociais tendem a compartilhar informações por terem título 'clickbait' ou memes enganosos.” (RUMATA; NUGRAHA, 2020, p. 355)

Essa construção envolvida na relação das fake news com as pessoas desencadeia vários comportamentos que contribuem para o proliferação daquelas. Por exemplo, segundo Del-fresno-garcía e Manfredi-sánchez (2018, p. 8) “a verificabilidade tende a ser menos relevante do que a plausibilidade, de modo a aprofundar a polarização e provocar uma cascata de reações, como foi comprovada no estudo pela taxa de viralização de notícias falsas.” Os autores ainda ressaltam que independentemente da veracidade do conteúdo, todo evento tende a ser compreendido ou reconfigurado por meio de filtragem ideológica, desde que seja útil à própria visão de mundo.

Aliado à desconsideração da verificabilidade das informações, soma-se a alta velocidade com que as informações são lidas devido à grande abundância de informações que estão disponíveis ao se acessar a internet. A desinformação

se aproveita também dessas pequenas arestas que podem atrapalhar o processo informativo.

Esta é uma questão [...] esclarece até que ponto os fatos falhos são consumidos, aceitos ou rejeitados sem que nenhum processo de verificação adicional esteja envolvido. Em um mundo onde as pessoas são expostas a mais “fatos” em uma velocidade maior do que nunca, essa aceitação ou rejeição rápida e amplamente intuitiva é potencialmente altamente perigosa. (MARCELLA; BAXTER; WALICKA, 2019, p. 1091)

Apesar da rápida absorção de notícias é importante ressaltar que, de acordo com Marcella, Baxter e Walicka (2019), existe uma certa proatividade na busca de informações que possam corroborar ou não com as notícias que são lidas nas redes sociais. É importante perceber que mesmo que a verificabilidade do conteúdo seja desconsiderada posteriormente, há uma busca ativa de informações sobre as ocorrências. Foi detectado pela pesquisa que somente uma pequena parcela se ateve a própria fake news como forma de fonte exclusiva do que lhes era apresentado por meio de canais de comunicação usuais, como televisão, jornais e Facebook.

Os participantes presentes caíram em grande parte nas categorias de busca casual e de busca proativa, onde um pesquisador está suficientemente interessado no assunto para se envolver em busca ativa de informações, mas na maioria das vezes com fontes muito limitadas ou estratégias de busca mal articuladas. (MARCELLA; BAXTER; WALICKA, 2019, p. 1089)

Também deve-se levar em conta que as fake news atuam em um campo muito vasto e os discursos de manipulação não são produzidos aleatoriamente. Flynn e Krupnikov (2019) constatam que algumas formas de desinformação são mais importantes do que outras, por exemplo, para eleitores com atitudes raciais negativas, a desinformação é mais crucial quando se deparam com um político negro de seu próprio partido.

Diante de um candidato negro de seu próprio partido, a desinformação negativa – mas não explicitamente racial – sobre o político negro se mostra útil: oferece às pessoas com atitudes raciais negativas uma explicação conveniente e não racial para sua falta de apoio. Em contrapartida, um político negro do partido da oposição apresenta um cenário diferente para pessoas com atitudes raciais negativas. Nesse caso, a expressão de oposição é esperada apenas com base no partidarismo e, portanto, é

improvável que seja vista como abertamente racial. Nesse caso, a desinformação não é mais fundamental, pois o partido oferece justificativa suficiente para se opor ao candidato negro. Assim, não há justificativas para reter informações erradas e correções devem ser eficazes, mesmo para uma pessoa com atitudes raciais negativas. (FLYNN; KRUPNIKOV, 2019, p. 9 – 10)

Levando em conta o estudo feito a cima, portanto, as desinformações são altamente dependentes do contexto em que se propõem, incluídos elementos socioculturais, econômicos, políticos, entre outros. As fake news tentam criar laços inter-relacionais entre aspectos distorcidos da realidade com os pensamentos e costumes associados a um povo. Assim, na maioria das vezes, são utilizadas por esses de forma dissimulada a depender do que se pleiteia. Por exemplo, Flynn e Krupnikov (2019) ressaltam que “em todas as nossas medidas de resultados, enquanto a correção eliminou os efeitos deletérios da desinformação para o partidário branco, falhou em fazê-lo para o partidário negro.”

Esse parâmetro reforça que além das legitimações de autoridades e massivos compartilhamentos que possam ser aplicados a uma notícia falsa, o elemento subjetivo do ser se impõe como pedra angular da estratégia de persuasão. Conforme afirmado por Del-fresno-garcía e Manfredi-sánchez (2018), a desinformação mostrou estar associada a formas de intencionalidade, contexto e significado. “Na arena política, isso implica a tendência de considerar todas as novas informações exclusivamente através de uma lente partidária (TABER; LODGE, 2006 *apud* DEL-FRESNO-GARCÍA; MANFREDI-SÁNCHEZ, 2018, p. 7)

A perspectiva da subjetividade, ao se relacionar com as informações catalisada pelo partidarismo do indivíduo, é construída ao longo do tempo de sua vida, que está sujeita a diversos tipos de interferências e estímulos. Por exemplo, Van der Linden, Panagopoulos e Roozenbeek (2020) identificam que a associação geral da ideia de fake news a imprensa tradicional, durante as eleições presidenciais de 2016 dos Estados Unidos, a fim de induzir a crença em boatos e notícias falsas e, conseqüentemente, o voto em Trump, na verdade foi atravessada pela ideologia defendida pela própria pessoa.

Surpreendentemente, no entanto, o principal efeito de associar mentalmente a mídia a 'notícias falsas' na confiança do público foi moderado pela ideologia política, sugerindo que a associação pode ter mais consequências para os conservadores do que para os liberais. (VAN DER LINDEN; PANAGOPOULOS; ROOZENBEEK, 2020, p. 468)

Essas constatações explicam o porquê de ter se detectado que, embora a questão das notícias falsas em geral permeie claramente o espectro político, o efeito das notícias falsas aparece mais pronunciado entre os públicos conservadores. Ainda corroborando que as preferências iniciais são determinantes para a crença em fake news, Lelo (2020) confirma, em meio as eleições gerais de 2018 do Brasil:

A hipótese de que a recepção e credibilidade atribuída a boatos e teorias da conspiração é influenciada por inclinações partidárias (posto que em contextos de intensa polarização política, como o presenciado no Brasil na corrida presidencial de 2018, a identificação ideológica é uma mediação fundamental ao estabelecimento de interações sociais e ao acesso seletivo de informações e eventuais checagens), mais uma vez atesta-se certa razoabilidade da proposição. (LELO, 2020, p. 149)

Dessa forma, Lelo (2020) ainda atesta que os graus de convergência e dissonância às checagens apresentadas por fact-checkers especializados seria moderada pela inclinação política na última eleição presidencial.

Além disso, percebe-se que a apropriação das fake news como instrumento de defesa de ponto de vista não foi observada de forma veemente no público que não tem uma orientação ideológica definida, pessoas que ocupam o centro no espectro político ou pessoas pouco informadas acerca dos fatos políticos. Alguns estudos demonstram que esses eleitores adotam uma posição mais cautelosa em relação a crença em notícias que são aparentemente falsas.

Enquanto indivíduos mal informados tendem ao meio por não compreenderem profundamente as duas alternativas extremas, os politicamente sofisticados também hesitam em se rotular como extremistas ou radicais, porque isso muitas vezes é visto como socialmente indesejável (HETHERINGTON; LONG; RUDOLPH, 2016 apud SOUSA, 2019, p.12 – 13)

Apesar do que foi descrito por Sousa, Lelo (2020) constata que além do nível de informação detido pelo indivíduo ser um fator que possa estimular uma posição extrema do indivíduo, a classe social também se impõe como uma causa que pode interferir no seu modo de se posicionar politicamente. Foi atestado que pessoas de classes com maior poder aquisitivo se demonstram mais incisivas e extremas em suas opiniões e, inclusive, se entusiasma muito mais facilmente em comparação com pessoas de classe sociais mais baixas. De acordo com Lelo:

[o público com mais recursos] é o público mais suscetível de sofrer de “raciocínio motivado”, um fenômeno detectado em estudos similares em psicologia política (Flynn, Nyhan & Reifler, 2017) que indica que a sensação de possuir mais conhecimento sobre determinado tema pode tornar um indivíduo mais propenso a descartar dados que estejam na contramão daquilo que consideram como uma descrição precisa dos fatos (frequentemente alinhada às suas visões de mundo e preferências político-partidárias). (LELO, 2020, p. 151)

Outrossim, mais do que terem uma falsa sensação de compreensão do cenário político, a presunção faz com que ainda se apropriem das notícias falsas em seu favor para justificar atitudes extremas alimentadas pelo ódio. Segundo Flynn e Krupnikov (2019, p. 6) “Aplicando esses argumentos ao caso de desinformação, as pessoas devem ser menos responsivas a correções (ou seja, mais inclinadas a reter informações erradas) quando a desinformação pode ser usada para justificar uma preferência socialmente indesejável.”

Do cenário exposto, portanto, deduz-se que a presunção de bem informado do indivíduo o induz a aceitar com maior facilidade os discursos falsos espelhados nas redes sociais. Conforme Brendan Nyhan (*apud* LELO, 2020, p. 137), “os membros do público que são pouco informados sabem que carecem de informações sobre certa questão, enquanto que aqueles que detêm desinformações são paradoxalmente mais propensos a acreditarem que são bem informados”.

A proposição acima apresentada vai ao encontro com a apurada por Flynn e Krupnikov (2019) quando se debruçam a investigar o porquê das pessoas

acreditarem em fake news mesmo diante das correções feitas. De acordo com eles, as pessoas são motivadas a aceitar (descartar) correções que são congruentes (incongruentes) com as preferências partidárias ou ideológicas existentes.

A explicação teórica dominante para essa persistência vem da pesquisa sobre raciocínio motivado (Flynn et al., 2017), ou a tendência das pessoas de aceitar informações que são congruentes com as crenças existentes e descartar informações incongruentes (Kunda, 1990; Taber e Lodge, 2006). (FLYNN; KRUPNIKOV, 2019, p. 6)

Infere-se, portanto, que os indivíduos estão dispostos a se apropriar emocionalmente de artefatos que reafirmem suas certezas quando estão diante de uma realidade que os traz insegurança. No contexto eleitoral é fácil identificar campos de desestabilização emocional para uma pessoa, tendo em vista, principalmente, pela hiperpolarização escalada pelo ódio à tradicionalidade das instituições democráticas e dos meios de comunicação.

Assim, pode-se afirmar que as fake news são apenas um instrumento dentre os vários que corroboram para um panorama de polarização afetiva ou grupal. Isso porque o bem maior a ser tutelado por um grupo de pessoas que defendem qualquer ideologia de qualquer espectro político extremo se relacionarão com as notícias falsas como arma de defesa a fim de resguardar algo legítimo ou não, e não utilizá-las por interesse próprio em seu conteúdo. Logo, conforme identificado por Marcella, Baxter e Walicka (2019, p. 1096) “As respostas emocionais foram relativamente raras e relacionadas mais aos políticos e à política em geral, do que ao conteúdo factual substantivo.”

Para entender o cenário de polarização afetiva do qual fazem parte as fake news, Cass Sunstein (2010) afirma que a polarização grupal consiste em um fato geral da vida em sociedade, existente em diferentes épocas e culturas. Dessa forma, ampara-se na influência que os indivíduos exercem uns sobre os outros quando reunidos em grupo. Por consequência, esses grupos formados por pessoas com ideias semelhantes são propensos a criarem versões mais extremas dessas ideias após discussões em conjunto.

Indivíduos se polarizam pensando o quanto gostam, desgostam ou se identificam com grupos, de modo que, cada vez mais, pesquisas na área de Opinião Pública têm tirado o foco da polarização ideológica (esquerda-direita) ou política-attitudinal, mirando em algo mais básico: sentimentos de afinidade e rejeição a grupos, em uma mensuração da polarização afetiva, e não mais cognitiva. (SOUSA, 2019, p. 11)

Na esteira do envolvimento emocional, comprova-se que as notícias falsas são produzidas para especificamente se aproveitarem do caráter afetivo que as posições extremas causam nos indivíduos. Asubiaro e Rubin (2018) identificou claramente as estratégias de persuasão quando analisou a composição de determinadas fake news. Por exemplo, identificou-se que as notícias fabricadas possuem mais afeto positivo e negativo e títulos com mais emotividade, mostrando tentativas de fortes apelos emocionais aos leitores nos corpos de tais artigos e suas manchetes. Além disso, foram encontradas palavras mais informais e um uso intenso de pronomes demonstrativos nas manchetes das notícias fabricadas.

A polarização afetiva e as câmaras de eco são fenômenos que atravessam as razões e afetam também a cognição dos indivíduos polarizados. Desse modo, como já exposto, as verificações de notícias, o trabalho da imprensa tradicional, a ciência e as instituições democrática são recriminadas no mesmo espaço de rejeição e aniquilação. Nesse processo cognitivo e emocional que as notícias falsas atuam no estabelecimento do negacionismo social.

Tendo em vista o cenário descrito, é mister mencionar que a criação e a manutenção desses espaços hiperpolarizados capazes de afetar os indivíduos são promovidos especialmente pela própria arquitetura das redes sociais, uma vez que são baseadas em algoritmos que estimulam o consumo de conteúdos de mesma ideologia. Isso quer dizer que quanto mais pessoas preferirem determinado tipo de conteúdo, mais essa bolha crescerá ao ponto de ganhar relevância no espaço virtual, com a possibilidade de ser trasladada para o mundo real, no voto.

A similaridade do usuário é um aspecto fundamental dos sites de redes sociais, que guia os algoritmos de autoaprendizagem conforme o comportamento de cliques anteriores e o histórico de

pesquisa o fazem em sites comuns. O conteúdo geralmente é distribuído dentro de círculos sociais fechados com barreiras de entrada muito altas e duras (ou seja, preconceitos cognitivos reforçados por algoritmos) que impedem a disseminação da diversidade de opiniões. (MORALES-I-GRAS, 2020, p. 3)

Um ponto relevante na incidência do algoritmo na propagação de fake news que, conseqüentemente, pode levar a influência do voto também se encontra na atribuição de legitimação e de credibilidade ao que se compartilha e ao que se consome. Assim, conforme evidenciado por Jordi Morales-i-Gras, pessoas com formas de pensar parecidas tendem a credibilizar o compartilhamento de informações.

Nesse sentido, eu argumentaria que saber até que ponto uma informação está sendo compartilhada por pessoas de mentalidade semelhante – isto é, pessoas que compartilham visões de mundo e crenças e que tendem a favorecer cognitivamente os mesmos grupos sociais – pode efetivamente mediar em processos de atribuição de credibilidade da informação. (MORALES-I-GRAS, 2020, p. 2)

Dessa forma, pode-se dizer que o algoritmo constitui como mais uma ferramenta que contribui para a legitimação de autoridade pessoal das notícias falsas. Segundo Recuero (2020, p. 397), sua pesquisa identificou que 50,93% dos retweets analisados se ancoravam em legitimação de autoridade. Dessa forma, infere-se que a proporção de compartilhamentos, que também são induzidas pelos algoritmos, associa-se com os tipos de legitimação do discurso.

Como as circunstâncias que estão inseridas as fake news envolvem polêmicas e paixões vista sob a lente partidária, as notícias falsas tendem a ter um papel mais relevante e popular no ambiente digital, movimento influenciado principalmente pelo algoritmo. De acordo com VOSOUGHY et al. (*apud* VAN DER LINDEN; PANAGOPOULOS; ROOZENBEEK, 2020, p. 461) “as histórias declaradas 'falsas' por inúmeras organizações de verificação de fatos se espalham mais longe, mais rápido e mais profundamente do que qualquer outro tipo de conteúdo de notícia.”

Para chamar a atenção e, conseqüentemente ocasionar a disseminação da desinformação, geralmente, como aponta Recuero (2020), amparam-se no julgamento moral das coisas.

Assim, os tweets originais utilizam a avaliação moral ancorada no que é moralmente indesejável, o uso da urna eletrônica fraudada, para deslegitimá-la. Os retweets, de modo subsequente, utilizam não apenas as estratégias originais do tweet, mas, igualmente, a autoridade pessoal da deputada para legitimar o discurso. (RECUERO, 2020, p. 397)

A legitimação do discurso proporcionada pelo uso do algoritmo ou qualquer outra estratégia de legitimação ou persuasão tem o intuito de conectar células individuais de pensamentos presentes na sociedade, aumentá-las, empoderá-las e formalizar o grupo extremista como um grupo democrático. Conforme apontou Recuero (2020), pode-se compreender a legitimação dos discursos de desinformação como uma forma de naturalizar e constituir as relações de poder que esses textos propõem. A autora ainda ressalta que pelo seu caráter público, a legitimação da desinformação também influenciaria as conversações e a esfera pública como um todo, levando essa desinformação para outros espaços.

Uma das principais maneiras dos indivíduos manterem a notícia falsa em ascensão ao ponto de ser levada em consideração e aceita pelo eleitor é o compartilhamento de links. Por meio dele a fake news ganha mais robustez do ponto de vista de credibilidade, pois proporciona uma apreciação melhor do conteúdo pelo usuário. Segundo Jordi Morales-i-Gras (2020), os vieses cognitivos nas mídias sociais são relevantes quando se trata de práticas de compartilhamento de links. “O compartilhamento de links é uma prática muito comum nas mídias sociais que o permite, pois permite que os editores compartilhem conteúdo nativo e externo, o que pode agregar grande valor e melhorar a experiência do usuário.” (MORALES-I-GRAS, 2020, p. 2).

Entre os textos selecionados (n=33) pouco se discutiu a propagação de notícias falsas dentro de aplicativos de mensagens e a sua efetividade de interferir na escolha política dos usuários. Aplicativos como Whatsapp, Telegram, iMessage e Discord são amplamente utilizado no compartilhamento

de links e tem uma penetração maior na população, sobretudo na camada menos instruídas da sociedade. É possível inferir a importância e a falta de estudos que abarquem essas plataformas pela constatação de Ferreira (2018, p. 158) quando ele justifica que “há de se considerar ainda o conteúdo transmitido pelo aplicativo WhatsApp, que tem altíssima utilização no país [Brasil], mas apresenta singular desafio de mensuração.”

Diante de tudo exposto, percebe-se que, independentemente do grau de envolvimento do eleitor pela política, os cidadãos são afetados direta e indiretamente pelos discursos desinformantes. São percebidos nos estudos analisados diferentes graus de afetação e de consolidação da escolha do voto amparada em notícias falsas, apesar de as fake news não se estabelecerem como fonte exclusiva dos fatos para o grande público. A atuação mais preponderante da desinformação é corroborar os pensamentos e ideias daqueles indivíduos que estão dentro da câmara de eco e fazem parte de grupos polarizados.

Sendo assim, é importante ressaltar que considerando todos os tipos de pessoas que possam ser afetadas de formas diferentes pelas eleições e fake news, o cidadão médio está mais propenso a tomar sua decisão política baseada ainda em canais de informação tradicionais, como televisão, rádio, jornais, revistas. Esse comportamento persiste mesmo se porventura em algum período surgir questionamentos em relação a intenção ou a confiabilidade daquilo que se consome. Isso foi constatado, especialmente durante as eleições municipais do Brasil em 2020.

De acordo com a pesquisa observou-se uma inclinação mais presente para a escolha com base nas “propostas” do candidato, assim como pelo que a mídia tradicional apresenta. Esse cenário pode vir a representar uma predileção dos eleitores, mesmo que em um período de bastante questionamento sobre a fidedignidade da mídia tradicional, pelos veículos de comunicação mais tradicionais, tais como a TV e o Rádio. (FONSECA; NETO, 2021, p. 19)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos artigos realizada por esse trabalho de conclusão de curso indica que há uma evidente ascensão de estudos que investigam as fake news no âmbito do processo eleitoral em todo o mundo. Produções acadêmicas de diferentes partes do mundo, incluindo o Brasil, identificam o forte impacto que as notícias falsas reverberam em diversos aspectos da sociedade. Desde que o termo fake news ganhou relevância – a partir das eleições dos EUA de 2016 –, para designar o trabalho da imprensa tradicional, o negacionismo e a desesperança atinge os mais diferentes campos da sociedade civil, tais como a ciência e, sobretudo, a democracia.

Percebe-se que os estudos relativos ao norte global ganham destaque devido à quantidade de informação empírica. No entanto, pesquisas relacionadas a importantes democracias do mundo, como o Brasil, Malásia e Indonésia, são preponderantes para entender como o fenômeno das fake news se comportam ao redor do sul global. No todo, ainda há uma demanda maior por estudos que levem em conta os contextos locais e regionais para que se compreenda melhor o cenário mundial.

Outro ponto que pode ser considerado uma lacuna nas pesquisas é a falta de trabalhos que tenham como objeto de estudo os aplicativos de mensagens instantâneas, uma vez que esses meios têm maior penetração na maioria das camadas sociais. As redes sociais mais convencionais dos estudos, como Facebook e Twitter, não obstante a sua relevância e quantidade de conteúdo, não têm a entrada tão simplificada e digerida pela população média ou menos instruída.

O estabelecimento e a manutenção do estado democrático de direito entram em conflito com as notícias falsas, pois essas atacam o direito primaz da liberdade de expressão, as instituições democráticas e a liberdade de informação – todos esses direitos previstos expressamente pela Constituição Federal do Brasil de 1988. Como foi visto no trabalho, a liberdade de expressão tem servido como subterfúgio para práticas de disseminação em massa de fake

news, que tem o intuito de desarticular o estado democrático por dentro das próprias instituições do Estado.

A partir da constituição da República, as eleições se baseiam no princípio da lisura, e esse princípio não abarca somente quanto aos procedimentos eleitorais, mas também no direito de se estar bem informado e ter direito ao acesso à informação. No entanto, a desinformação tem atrapalhado o processo informativo dos cidadãos, de modo a instituir e fortalecer governos de extrema direita e autoritários em todo o mundo. Devido a isso, provimentos estatais, adotados principalmente pelo poder judiciário, tem tomado a frente na defesa da democracia e da sociedade civil.

Algumas atitudes puderam ser constatadas, em alguns estudos, de como o estado atuou ou tem atuado a fim de mitigar a propagação de desinformação, principalmente no âmbito digital, porém foram apenas considerações para situar o contexto daquilo que se tem como objeto principal do estudo. Com isso, apesar desse trabalho não ter se debruçado a respeito da regulação das mídias sociais, indica-se como sugestão de estudo para futuras pesquisas a investigação do grau de efetividade das medidas públicas para diminuir a influência da desinformação.

A mídia tradicional, mesmo com a ascensão intensa dos meios digitais, ainda usufruem de um amplo grau de credibilidade, levando em conta toda a população. Alguns estudos analisados, que se relacionam também a veículos tradicionais da mídia, apontam que o eleitor sente mais confiabilidade no que é veiculado no rádio ou TV, por exemplo. “O estudo mostrou que, apesar do grau de consumo da informação ser maior no acesso à mídia alternativa, a credibilidade é maior quando o eleitor é apresentado a uma notícia veiculada por um programa de TV ou por uma emissora de rádio.” (FONSECA; NETO, 2021, p. 17)

Os ideais de internet como espaço público capaz de estimular o debate público propositivo têm sido cada vez mais mitigado pela prática perversa da desinformação. As redes sociais, por exemplo, conduzem sua estrutura baseada na polêmica e no engajamento e nada mais gera compartilhamento do que uma

notícia falsa, principalmente quando se utilizam elementos morais introjetados na sociedade. Portanto, fica bastante evidente, pelos artigos analisados, que as fake news, apesar de existirem anteriormente, ganham musculatura à medida em que as empresas de tecnologia ganham ascensão de seus negócios.

O que se constata, baseado no corpus analisado, é que houve um maior engajamento na participação do debate público com o desenvolvimento das redes sociais, toda via a qualidade da discussão e o conteúdo a ser debatido entregam aos indivíduos, na maioria das vezes, uma baixa qualidade quanto ao nível de informação que afeta diretamente na capacidade de influência de discursos mal intencionados.

A e-democracia – democracia digital – se constitui na utilização de procedimentos e técnicas digitais que incluam, cada vez mais, a diversidade nos espaços da democracia. Não obstante, ainda há dificuldades para se estabelecer essa teoria na prática devido a própria arquitetura das redes sociais, que promovem amplamente a disseminação de desinformação ao redor do globo. Consequentemente, o resultado seria o desbalanceamento da narrativa das informações, de modo a diminuir a efetividade da mídia tradicional de se tornar o pêndulo informacional.

Observa-se a partir das pesquisas que a estrutura as redes sociais são amplamente aproveitadas pelos atores políticos na tentativa de influenciar o voto do eleitor. No entanto, os artifícios utilizados ultrapassam, na maioria das vezes, a escala do democrático. Em especial, utilizam as fake news como um arsenal contra os adversários, de modo a estabelecer um cenário de guerra digital, incluindo soldados cibernéticos para vigília e propagação de conteúdo.

Alinhado a esse pensamento, são utilizadas as mais diversas estratégia de persuasão, principalmente o recurso da autoridade pessoal, que serve como lastro para o que se diz ou compartilha, além da utilização de robôs que disseminam por maiores espaços na rede.

A estratégia de utilizar autoridade pessoal foi detectada como a falácia persuasiva mais presente a fim de se legitimar as fake news. Aliada a ela se encontra o compartilhamento de links ou de publicações, que tendem, de

maneira geral, a dar um aspecto mais formal àquilo que se está propagando. Esse último recurso é muito impulsionado pelos algoritmos das redes sociais

Diante do que foi exposto, portanto, pode-se afirmar que a divulgação de fake news se baseia em ações orquestradas de grupos políticos ou não. Assim, a finalidade de criar um senso comum a partir de notícias falsas se estabelece em atuação com fim específico e ordenado. Contudo, apesar da generalidade das ações envolvidas, quanto ao conteúdo das notícias falsas, esses são meticulosamente desenvolvidos para que se atinja o convencimento do indivíduo.

Identifica-se que os conteúdos de fake news provocam variadas formas de afetação nos indivíduos, considerando que cada um tem suas particularidades. Senão, é importante destacar que a interferência que a desinformação pode ocasionar na escolha política dos indivíduos com uma certa posição política definida é quase ínfima quanto a mudança de orientação política. Ou seja, as notícias falsas ancoram os conceitos filosóficos e políticos preexistentes.

Algumas classificações podem ser feitas a fim de compreender como as notícias falsas influenciam na escolha do voto. Por meio da análise feita dos artigos, fatores sociais, econômicos e comportamentais são preponderantes para determinar a possível afetação que a notícia falsa pode causar a uma pessoa.

Mesmo os indivíduos médios e aqueles que não tem interesse suficiente em política são inclinados a confiabilidade ou não das informações baseada no conhecimento prévio de um assunto. Em outras palavras, o potencial persuasivos das notícias falsas é intensificado pelo conhecimento anterior. Ainda mais essas tendem a se posicionar mais firmemente quando a informação caracteriza uma imagem extremamente positiva ou negativa. Depreende-se, então que os extremos induzem ao posicionamento das pessoas, porque são conteúdos altamente partidários e carregados emocionalmente. Assim, ambientes contaminados por paixões e emoções tendem a ser menos transponíveis às verificações de informações.

Aquelas pessoas que se encontram em uma posição mais central do espectro político ou que não tem uma posição ideológica bem definida são mais cautelosos em relação a crença em notícias falsas por não possuírem informações suficientes para julgá-las, mas mesmo assim as tendências do indivíduo podem causar influência.

Além do nível de informação detido, a classe social é outra classificação e outra lente sobre a qual pode-se observar a influência das fake news. As pessoas de classe social com maior poder aquisitivo são mais presunçosas quanto à compreensão do cenário político, o que induz a extremidade dos discursos e uma aceitabilidade maior das desinformações que corroboram seus pensamentos. Além disso, o consumo de desinformação faz com que o indivíduo acredite que são mais bem informados.

Diante dos aspectos expostos, ainda é possível perceber que as pessoas afetadas pelo extremismo político são aquelas que mais sofrem interferência das fake news devido a hiperpolarização escalada pelo ódio às instituições democráticas e aos meio de comunicação convencionais. Dessa forma as fake news se caracterizam como um instrumento de poder que corroboram um panorama de polarização afetiva ou grupal. O cenário de polarização se estabelece na influência que um indivíduo exerce sobre o outro quando estão em grupos. Quando reunidos ainda são capazes de chegar a versões mais extremas das ideias que defendem

Assim, as fake news se aproveitam em uma intensidade maior de questões emocionais e afetivas daquelas pessoas que estão afetadas pela polarização afetiva. Dessa forma, as notícias falsas atuam para corroborar a visão de mundo, de forma a justificar suas escolhas políticas diante de uma conjuntura que traz desordem às suas expectativas e forma de enxergar o mundo.

A criação e manutenção de espaços hiperpolarizados pululam a partir da própria arquitetura das redes sociais baseada em algoritmos, que estimulam o consumo dos mesmo assunto, sem promover a diversificação de conteúdo, de

modo a ganhar a capacidade de incidir diretamente na escolha do voto do indivíduo.

As fake news são produzidas intencionalmente para manipular os cidadãos. Desse modo, seu processo de produção e seu efeito dependem do contexto em que estão inseridas. Aspectos socioculturais, econômicos e políticos são inter-relacionados com perspectivas distorcidas da realidade. Soma-se a esses requisitos também o aspecto subjetivo do ser, que geralmente está enviesado partidariamente.

Além disso, a super abundância e a alta velocidade de informações – infodemia – geram congestionamento do processo informativo. A própria engenharia das redes sociais, amparadas em seus algoritmos, são responsáveis para a manutenção desse ecossistema. Conseqüentemente, esse modelo de negócio se torna aliado da efetividade da desinformação, pois induzem a uma rápida aceitação ou não de uma informação, o que pode levar a erros.

É importante ressaltar que, apesar da refuta da verificabilidade de notícias e da enorme quantidade de informações para serem consumidas, identificou-se que a maioria das pessoas tendem a ter uma proatividade na busca de informações que corroborem ou declinem daquela informação recebida. Somente uma pequena parcela de indivíduos que se basearam unicamente em informações sabidamente falsas.

Apesar da forte influência das notícias falsas exercerem sobre o eleitorado, é importante ressaltar que, com exceção dos indivíduos afetados pela polarização afetiva, os cidadão médios – sejam aqueles que não tem um grande interesse sobre política, aquele que ocupa o centro político, ou aquele que não detenham tanto conhecimento sobre o assunto – não apoiam sua escolha de voto totalmente em notícias aparentemente falsas.

Em que pese haver influências diretas e indiretas de notícias falsas na composição da decisão acerca do voto do eleitor, o cidadão médio afirma sua decisão baseada, em grande parte, em informações veiculadas por meio dos veículos de informação tradicionais, porque ainda usufruem de credibilidade

perante a população, mesmo que possa haver em certos períodos, questionamentos acerca de sua atuação.

6. REFERÊNCIAS

ALCOTT, H.; GENTZKOW, M. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 31, p. 211–236, 2017.

ALI, K.; ZAIN-UL-ABDIN, K. **Post-truth propaganda: heuristic processing of political fake news on Facebook during the 2016 US presidential election**. *Journal of Applied Communication Research*, Vol. 49, n. 1, p. 109-128, 2021.

ANDI, S.; AYTAÇ, S. E.; ÇARKOĞLU, A. **Internet and social media use and political knowledge: Evidence from Turkey**. *Mediterranean Politics*, Vol. 25, n. 5, p. 579-599, 2020.

ASUBIARO, T. V.; RUBIN, V. L. **Comparing features of fabricated and legitimate political news in digital environments (2016-2017)**. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*. Vol. 55, n. 1, p. 747-750, 2018.

AZEVEDO JR, A. C.; MOTTA, S. H. Política eleitoral e partidos políticos: demandas e ajustes para o século XXI. **Grupo de pesquisa Comunicação eleitoral**, 14 jun. 2018. Disponível em: <http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/index.php/2018/06/14/politica-eleitoral-e-partidos-politicos-demandas-e-ajustes-para-o-seculo-xx>. Acesso em: 15 jan. 2023.

BALMAS, M. **When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism**. *Communication Research*. Vol. 41, p. 430-454, 2014.

BAPTISTA, J. P.; CORREIA, E.; GRADIM, A.; PIÑEIRO-NAVAL, V. **Partidismo: ¿el verdadero aliado de las fake news? Un análisis comparativo del efecto sobre la creencia y la divulgación**. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 79, p. 23-47, 2021.

BRANCO, S. **Pequeno guia para identificar fake news**. *Cadernos Adenauer* XIX, p. 157-171, 2018.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

CANAVILHAS, J.; BITTENCOURT, M.; ANDRADE, M. A. A. D. **Conteúdos virais no Facebook: estudo de caso na pré-campanha das eleições presidenciais brasileiras de 2018**. *Brazilian Journalism Research*. Vol. 15, n. 3, p. 598-625, 2019.

CORBU, N.; Oprea, D. A.; Negrea-Busuioc, E.; Radu, L. **‘They can’t fool me, but they can fool the others!’ Third person effect and fake news detection**. *European Journal of Communication*, Vol. 35, n. 2, p. 165-180, 2020.

CORDEIRO, L.; SOARES, C. **Revisão de escopo: potencialidades para a síntese de metodologias utilizadas em pesquisa primária qualitativa.** BIS: Boletim do Instituto de Saúde, Vol. 20, n. 2, p. 37-43, 2019.

DAVEY, J.; EBNER, J. **The fringe insurgency. Connectivity, convergence and mainstreaming of the extreme right.** Institute for Strategic Dialogue, 2017.

DE COCK BUNING, M. **A multi-dimensional approach to disinformation:** Report of the independent high level group on fake news and online disinformation. Publications Office of the European Union, 2018.

DE OLIVEIRA, T. M. **Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia.** Liinc em Revista, Vol. 16, n. 2, p. 1-23, 2020.

DE SOUZA FONSECA, D. L.; DOS SANTOS NETO, J. A. **O processo de desinformação e o comportamento informacional:** uma análise sobre a escolha de voto nas eleições municipais de 2020. RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Vol. 19, p.1-50, 2021.

DEL-FRESNO-GARCÍA, M.; MANFREDI-SÁNCHEZ, J. L. **Politics, hackers and partisan networking. Misinformation, national utility and free election in the Catalan independence movement.** Profesional de la Información. Vol. 27, n. 6, p. 1225-1238, 2018.

DUNKER, Christian. **Subjetividade em tempos de pós-verdade.** In: DUNKER, Christian et al. Ética e pós-verdade. Porto Alegre/São Paulo: Dublinense, 2017.

DUTTA, U.; HANSCOM, R.; ZHANG, J. S.; HAN, R.; LEHMAN, T.; LV, Q.; MISHRA, S. **Analyzing Twitter users' behavior before and after contact by the Russia's Internet Research Agency.** Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, Vol. 5, p. 1-24, 2021.

FALLIS, D. **What is disinformation?** Library trends, Vol. 63, n. 3, p. 401-426, 2015.

FERNANDES, B. G. **Curso de Direito Constitucional.** 9ª ed. Ver., ampl. e atual. Salvador: JusPODIVM, 2017.

FERRARA, E. **Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017 French Presidential Election.** Cornell University Library. 2017.

FERREIRA, R. R. **Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira.** Observatório, p. 139-162, 2018.

FLYNN, D. J.; KRUPNIKOV, Y. **Misinformation and the justification of socially undesirable preferences.** Journal of Experimental Political Science. Vol. 6, n. 1, p. 5-16, 2019.

FREIRE, A.; MASSON, P.; TURGEON, M. **What if People Knew more about Politics? Simulating Fully Informed Votes and Attitudes in Brazil.** Revista de Sociologia e Política. Vol. 26, p. 39-66, 2018.

From slacktivism to activism. **Foreign Policy**, 05 set. 2009. Disponível em: <https://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism>. Acesso em: 12 jan. 2023.

FUCHS, C. **Racism, nationalism and right-wing extremism online: The Austrian presidential election 2016 on Facebook**. In: *Critical Theory and Authoritarian Populism*. Londres: University of Westminster Press, p.157-206, 2018.

GIGLIETTO, F.; Righetti, N.; Rossi, L.; Marino, G. **It takes a village to manipulate the media: coordinated link sharing behavior during 2018 and 2019 Italian elections**. *Information, Communication & Society*, Vol. 23, n. 6, p. 867-891, 2020.

HABERMAS, J. **Textos e contextos**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

HARARI, Y. N. **Sapiens: História Breve da Humanidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

HJØRLAND, B. **Information: Objective or subjective/situational?** *Journal of the American society for information science and technology*, Vol. 58, n. 10, p. 1448-1456, 2007.

JALLI, N. **Exploring the influence of citizen journalism content on the malaysian political landscape**. *Kajian Malaysia: Journal of Malaysian Studies*, Vol. 38, n. 1, 2020.

Jen Weedon, William Nuland e Alex Stamos. **Information Operations and Facebook. Sala de redação do Facebook**, 27 de abril de 2017. Disponível em: <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>. Acesso em 11 ago. de 2022.

KIM, A. E.; HANSEN, H. M.; MURPHY, J.; RICHARDS, A. K.; DUKE, J.; ALLEN, J. A. **Methodological considerations in analyzing Twitter data**. *Journal of the National Cancer Institute Monographs*, Vol. 2013, n. 47, p. 140-146, 2013.

KIRK, R.; SCHILL, D. **Sophisticated hate stratagems: Unpacking the era of distrust**. *American Behavioral Scientist*, p. 1-100, 2021.

KOC-MICHALSKA, K.; BIMBER, B.; GOMEZ, D.; JENKINS, M.; BOULIANNE, S. **Public beliefs about falsehoods in news**. *The international journal of press/politics*, Vol. 25, n. 3, p. 447-468, 2020.

LELO, T. V. **The influence of partisanship in the reception of fake news and fact-checking in a polarized political context**. *Observatório*, Vol. 14, p. 134-154, 2020.

LEONG, P. P. Y. **Political communication in Malaysia: A study on the use of new media in politics**. *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government*. Vol. 7, p. 46-71, 2015.

MARCELLA, R.; BAXTER, G.; WALICKA, A. **User engagement with political “facts” in the context of the fake news phenomenon: an**

exploration of information behaviour. Journal of documentation. Vol. 75, n. 5, p. 1082-1099, 2019.

MARWICK, A.; LEWIS, R. **Media manipulation and disinformation online.** Nova York: Data & Society Research Institute, 2018.

MCKINLEY, J.; ROSE, H. **Standards of English in academic writing: The authors respond.** Journal of Second Language Writing, Vol. 44, p. 114-116, 2019.

MIRÓ-LLINARES, F.; AGUERRI, J. C. **Misinformation about fake news: A systematic critical review of empirical studies on the phenomenon and its status as a 'threat'.** European Journal of Criminology, Vol. 20, n. 1, p. 356-374, 2022.

Missões de Observação: Carter Center atesta lisura do processo eleitoral do Brasil. **TSE**, 15 nov. 2022. Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Novembro/missoes-de-observacao-carter-center-atesta-lisura-do-processo-eleitoral-do-brasil>.

Acesso em: 11 jan. 2023.

MORALES-I-GRAS, J. **Cognitive biases in link sharing behavior and how to get rid of them: evidence from the 2019 Spanish general election Twitter conversation.** Social Media and Society, Vol. 6, n. 2, p.1-20, 2020.

MOURÃO, R. R.; ROBERTSON, C. T. **Fake news as discursive integration: An analysis of sites that publish false, misleading, hyperpartisan and sensational information.** Journalism studies. Vol. 20, n. 14, p. 2077-2095, 2019.

MUJANI, S.; KUIPERS, N. **Who believed misinformation during the 2019 Indonesian election?** Asian Survey, Vol. 60, n. 6, p. 1029-1043, 2020.

NEYAZI, T. A.; MUHTADI, B. **Selective Belief: How Partisanship Drives Belief in Misinformation.** International Journal of Communication, Vol. 15, p. 23, 2021.

PETERS, M. A. **The information wars, fake news and the end of globalisation.** Educational Philosophy and Theory, Abingdon-on-Thames, Vol. 50, n. 13, p. 1161-1164, 2018.

RAMPERSAD, G.; ALTHIYABI, T. **Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media.** Journal of Information Technology & Politics, Vol. 17, n. 1, p. 1-11, 2020.

RECUERO, R. **# FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018.** Revista brasileira de linguística aplicada, Vol. 20, p. 383-406, 2020.

RUMATA, V. M.; NUGRAHA, F. K. **An analysis of fake narratives on social media during 2019 Indonesian presidential election.** Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, Vol. 36, n. 4, p. 351-368, 2020.

SAMPAIO, N. S. **Eleições e sistemas eleitorais**. Revista de informação legislativa, Brasília, DF, Vol. 20, n. 78, p. 173-192, 1983.

SANTINI, R. M.; BARROS, C. E. **Negacionismo climático e desinformação online**: uma revisão de escopo. Liinc em Revista, Vol. 18, n. 1, p. 1-27, 2022.

SCHULTZE, Martin. **Effects of voting advice applications (VAAs) on political knowledge about party positions**. Policy & Internet. Vol. 6, n. 1, p. 46-68, 2014.

SOUSA, M. M. S. D. **O que você sente sobre política? : A influência da percepção de ameaça sobre a polarização afetiva no eleitorado**. 2019. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.

SUNSTEIN, C. **A era do radicalismo**: entenda por que as pessoas se tornam extremistas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

Supremo Tribunal Federal. **Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental nº 1.044/DF**. Relator: Ministro Alexandre de Moraes.

Disponível em:

<https://www.stf.jus.br/arquivo/informativo/documento/informativo1051.htm>.

Acesso em 06 mar. 2022.

TWORZECKI H.; MARKOWSKI R. **Knowledge and partisan bias: An uneasy relationship**. East European Politics and Societies. Vol. 28, n. 4, p. 836-862, 2014.

UNESCO. **Jornalismo, 'Fake News' e desinformação**: manual para educação e treinamento em jornalismo. Unesco. 2018.

VALENZUELA, S.; MUÑIZ, C.; SANTOS, M. **Social Media and Belief in Misinformation in Mexico**: A Case of Maximal Panic, Minimal Effects? The International Journal of Press/Politics, p. 111-150, 2022.

VAN DER LINDEN, S.; PANAGOPOULOS, C.; ROOZENBEEK, J. **You are fake news**: Political bias in perceptions of fake news. Media, Culture & Society, Vol. 42, n. 3, p. 460-470, 2020.

VOJAK, B. **Fake news: a comoditização do discurso na internet**. California Western International Law Journal, Vol. 48, p. 124-157, 2017.

ZIMMERMANN, F.; KOHRING, M. **Mistrust, disinforming news, and vote choice**: A panel survey on the origins and consequences of believing disinformation in the 2017 German parliamentary election. Political Communication, Vol. 37, n. 2, p. 215-237, 2020.