



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

JÚLIA TERTO DE ARRUDA

VERDADE EM CRISE: A MANIPULAÇÃO DA INFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES
PRESIDENCIAIS DE 2022

RECIFE, 2024

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
BACHARELADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

**VERDADE EM CRISE: A MANIPULAÇÃO DA INFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES
PRESIDENCIAIS DE 2022**

Monografia apresentada pela aluna Júlia Terto de Arruda ao Curso de Ciências Sociais da UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientador: Prof. Dr. Maurício Sardá de Faria

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE
Bibliotecário(a): Ana Catarina Macêdo – CRB-4 1781

A773v

Arruda, Júlia Terto de.

Verdade em crise: a manipulação da informação nas eleições presidenciais de 2022 / Júlia Terto de Arruda.. - Recife, 2024.

61 f.

Orientador(a): Maurício Sardá de Faria.

Inclui referências e anexo(s).

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Ciências Sociais, Recife, 2024.

1. Notícias falsas. 2. Presidentes - Brasil - Eleições, 2022. 3. Internet nas campanhas eleitorais . 4. Twitter (Rede Social online). I. Faria, Maurício Sardá de, orient. II. Título

CDD 300

JÚLIA TERTO DE ARRUDA

**VERDADE EM CRISE: A MANIPULAÇÃO DA
INFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022**

Monografia aprovada em ____/____/2024, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Ciências Sociais, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE, por todos os membros da Banca Examinadora.

BANCA EXAMINADORA

Nota: _____
Professor Dr. Maurício Sardá de Faria – UFRPE (Orientador)

Nota: _____
Professora Dra. Rayane Maria de Lima Andrade – UFRPE

Nota: _____
Professor Dr. João Morais de Sousa – UFRPE

RECIFE
2024

“A linguagem política destina-se a fazer com que a mentira soe como verdade e o crime se torne respeitável, bem como a imprimir ao vento uma aparência de solidez”.

– George Orwell

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado de uma longa jornada, repleta de desafios, aprendizados e conquistas. Por isso, gostaria de expressar minha profunda gratidão a todos que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho.

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a mim mesma por nunca ter desistido, por ter encontrado força e perseverança para enfrentar cada obstáculo que surgiu ao longo desta trajetória acadêmica, que me trouxe novos conhecimentos e horizontes vastos para se pensar a sociedade.

Agradeço com todo o carinho à minha família e principalmente aos meus pais, Luciene e Auremizio, que estiveram ao meu lado em todos os momentos, oferecendo apoio emocional, compreensão e paciência, mesmo nas horas mais difíceis. Vocês foram meu alicerce e, sem o amor e incentivo que sempre me proporcionaram, jamais sonharia em chegar até aqui.

Aos meus amigos, que compartilharam comigo os altos e baixos desta caminhada, sempre me encorajando e trazendo leveza nos momentos de maior pressão. A parceria, as risadas e o companheirismo de vocês tornaram essa jornada muito mais leve e prazerosa.

Ao meu orientador, Maurício Sardá, expressei minha mais sincera gratidão por topar esse desafio. Sua paciência e conhecimento foram essenciais para a conclusão deste trabalho. Cada orientação e cada conselho dado, contribuíram de forma significativa para o desenvolvimento deste projeto.

Não poderia deixar de agradecer a todos os professores que, ao longo dos anos, enriqueceram minha formação acadêmica. Cada um de vocês contribuiu para meu crescimento profissional e pessoal, e sou grata por todo o conhecimento compartilhado.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, colaboraram para que eu pudesse alcançar esta importante conquista da minha trajetória acadêmica.

RESUMO

A Internet e as redes sociais desempenham uma parte crucial no panorama atual da informação, revolucionando a forma como a sociedade acessa e partilha a informação. Diante desse cenário, as *fake news* têm se consolidado como uma ameaça crescente à integridade das democracias modernas, especialmente em momentos de grande importância política, como foi o caso das eleições presidenciais no Brasil. Nesse contexto, a presente pesquisa teve como objetivo avaliar a tipologia das *fake news* na construção da opinião pública nas eleições presidenciais de 2022, a partir do segundo turno, e utilizando da metodologia qualitativa de análise de discurso. Através desse enfoque, foi possível identificar a construção e disseminação de narrativas falsas, oriundas da plataforma X – antigo Twitter –, com o objetivo de manipular as percepções dos eleitores, explorando vulnerabilidades emocionais e preconceitos ideológicos preexistentes. As *fake news* provaram ser uma ferramenta eficaz no processo de polarização política, criando uma atmosfera de desconfiança e incerteza em relação às instituições democráticas, especialmente no que diz respeito à credibilidade do sistema eleitoral brasileiro.

Palavras-chave: Fake News; Eleições Presidenciais; Narrativas; Twitter.

ABSTRACT

The Internet and social media play a crucial role in the current information landscape, revolutionizing the way society accesses and shares information. In this scenario, *fake news* has become a growing threat to the integrity of modern democracies, especially in moments of great political importance, such as the presidential elections in Brazil. In this context, this research aimed to evaluate the typology of *fake news* in the construction of public opinion in the 2022 presidential elections, from the second round onwards, and using the qualitative methodology of discourse analysis. Through this approach, it was possible to identify the construction and dissemination of false narratives, originating from platform X – formerly Twitter –, with the aim of manipulating voters' perceptions, exploiting emotional vulnerabilities and pre-existing ideological prejudices. *Fake news* has proven to be an effective tool in the process of political polarization, creating an atmosphere of distrust and uncertainty regarding democratic institutions, especially with regard to the credibility of the Brazilian electoral system.

Keywords: Fake News; Presidential Elections; Narratives; Twitter.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
CAPÍTULO I.....	12
<i>“O BRASIL VAI VIRAR COMUNISTA!”</i>	
.....	
1.1. Artimanhas Políticas: Um Olhar sobre a Mentira na História Brasileira	12
1.2. Sobre <i>Fake News</i> e a Desinformação na Política	17
1.3. Os Bastidores das Eleições Presidenciais de 2022 no Brasil	21
CAPÍTULO II.....	27
<i>A VERDADE É A PRIMEIRA VÍTIMA DA GUERRA</i>	
.....	
2.1. Um Ensaio sobre as Novas Guerras Híbridas.....	27
2.2. Caindo aos Poucos no Conto do Vigário	32
2.3. Da Racionalidade à Confusão	38
2.4. A Ponte com as <i>Fake News</i>	40
CAPÍTULO III.....	43
<i>TUAS IDEIAS NÃO CORRESPONDEM AOS FATOS</i>	
.....	
3.1. O Terreno Fértil do Twitter (X)	43
3.2. Anatomia da Mentira: Classificação e Tipologia	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

INTRODUÇÃO

A priori, compreender a intrincada relação entre informação, poder e opinião pública é essencial para decifrar os desafios enfrentados pela sociedade contemporânea. Desde as civilizações antigas, a manipulação e o controle da informação têm sido estratégias importantes para moldar as percepções coletivas e garantir a proteção dos interesses políticos e econômicos. Ao longo da história, governos e instituições têm utilizado a disseminação seletiva de informação para influenciar a opinião pública e consolidar o seu poder sobre as massas.

No entanto, esta prática tornou-se ainda mais sofisticada com o desenvolvimento de tecnologias de comunicação de massa, como a imprensa, rádio e televisão, que desempenharam um papel fundamental na formação de espaços públicos e na mediação de debates públicos.

Nas últimas décadas, o advento da Internet e das mídias sociais mudou drasticamente o cenário da comunicação. Se, por um lado, essas novas plataformas democratizaram o acesso à informação, por outro, criaram um ambiente propício à propagação desenfreada de desinformação. Nesse contexto, o fenômeno das *fake news* – ou notícias falsas traduzindo para o português – tornou-se um dos maiores desafios do nosso tempo.

As *fake news* se tornaram amplamente “populares”, e o termo foi eleito como a palavra do ano em 2017 e sua menção aumentou cerca de 356% de acordo com a BBC News¹. Ressalta-se que a Internet e o crescimento das mídias sociais, de acordo com Alves e Maciel, não inventaram esse fenômeno da desinformação, porém “criaram um ambiente propício para que houvesse uma difusão em massa de notícias falsas, em velocidade nunca antes vista na história da humanidade”².

Nesse prisma, o fenômeno das *fake news* tornou-se parte da nova era da tecnologia. Ao permitir que qualquer usuário publique e compartilhe conteúdo sem primeiro verificar sua veracidade, as redes sociais tornaram-se um terreno fértil para a disseminação dessas notícias, especialmente em períodos críticos como por exemplo, as campanhas eleitorais. O volume e a velocidade com que a informação circula não só ameaça a verdade dos fatos, mas também o funcionamento da própria democracia, uma vez que a opinião pública é muitas vezes formada com base em narrativas distorcidas.

A eleição presidencial brasileira em 2022 ilustra bem isso. Durante o período eleitoral, as redes foram amplamente utilizadas tanto para o debate político como para a difusão de desinformação, o que pôs em xeque a capacidade dos eleitores de formar opiniões com base

¹ 'Fake News' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. São Paulo: BBC News Brasil, 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>. Acesso em 15 de ago. 2024.

² Alves, M. A. S., Maciel, E. R. H. O fenômeno das *fake news*: definição, combate e contexto. São Paulo: Revista Internet&Sociedade, v. 1, n. 1, 2020, p. 150.

em informações precisas. Nesse ambiente virtual, conforme observa Marcondes Filho, “no virtual, este sobrepõe-se ao real, as ficções tornam-se vida, a realidade externa é menos investida de importância e significação”.³ Isso reflete o poder das *fake news* de criarem realidades alternativas que passam a moldar o comportamento e a percepção dos indivíduos. O espaço digital, assim, torna-se um campo de batalha discursivo, onde a realidade perde seu poder face às construções narrativas.

Diante desse cenário, dentre as plataformas digitais, o Twitter – rebatizado e agora chamado X –, se destaca como um espaço onde as notícias circulam rapidamente em questão de segundos. Sua natureza de microblogging é definida pela simplicidade e brevidade das postagens, conhecidas como tweets, e seu ambiente de circulação rápida de ideias supera em boa parte a verificação das informações, tornando a rede vulnerável à propagação de mentiras e levantando preocupações quanto à sua regularização. Com isso, o propósito desta pesquisa se centra em investigar através de uma pergunta: quais são as características das *fake news* difundidas no X para tentar influenciar na formação da opinião pública durante as eleições presidenciais de 2022?

O objetivo geral da pesquisa se centra em avaliar a tipologia das *fake news* na construção da opinião pública nas eleições presidenciais de 2022. O estudo também busca especificamente atender aos seguintes objetivos: 1) analisar as estratégias discursivas utilizadas para disseminar *fake news* no segundo turno das eleições presidenciais de 2022; 2) explorar a natureza das *fake news* na plataforma X no segundo turno; 3) identificar os principais tipos de *fake news* quanto aos aspectos econômicos, políticos, sociais e morais.

A metodologia utilizada é de natureza qualitativa, com foco na análise do discurso, para interpretar a linguagem das *fake news* recolhidas. Pretende-se compreender a produção desses textos, levando em conta as abordagens sócio-históricas, as condições de produção e as intenções que fundamentam os discursos.

A justificativa para esse estudo reside em estender algumas das análises anteriores e de colaborar com o tema, e também na necessidade de compreender como a desinformação afeta os processos democráticos, especialmente no contexto de crescente polarização política. No contexto atual, é relevante examinar as características e estratégias das *fake news* para compreender o seu efeito e propor algumas soluções que possam mitigar os danos à democracia.

Nesse sentido, as ciências sociais fornecem um importante arcabouço teórico e metodológico para a análise dos processos de manipulação pois tratam de contextualizá-los nas complexidades sociais, culturais e políticas que singularizam não só as eleições de 2022 no Brasil, mas também para outras questões emergentes no mundo.

³ Marcondes, C. F. Sociedade Frankenstein. São Paulo, mimeo, 1991, p. 17.

Com isso, o primeiro capítulo trata de fazer um apanhado histórico sobre a evolução da mentira, explicando como ela foi e continua sendo uma ferramenta poderosa na política para justificar ações e manipular a população. Exemplos incluem desde a ascensão do nazismo na Alemanha até o contexto brasileiro com o Plano Cohen para instaurar o Estado Novo. Também é abordado a evolução da disseminação de mentiras e desinformação, desde os meios tradicionais de comunicação como jornais, TV e rádio até o ambiente digital atual, onde a Internet e as redes sociais digitais amplificaram essa prática. Ademais, é explicitado no capítulo os momentos das eleições presidenciais de 2022 no primeiro turno, destacando a polarização entre os principais candidatos desse embate, Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro.

No segundo capítulo discute-se o conceito de guerras híbridas, um novo modelo de conflito que se estende além do combate militar tradicional, abrangendo o espaço digital, economia e manipulação da opinião pública. Essas guerras utilizam táticas como revoluções coloridas e guerras não convencionais, combinando propaganda, manipulação psicológica e ações diretas e indiretas para desestabilizar governos. Ademais, também é abordado que a era da pós-verdade transforma a percepção da realidade, onde as emoções e narrativas pessoais prevalecem sobre fatos objetivos. Em seguida, explora-se a transformação da opinião pública na era da comunicação de massa, centrando-se nas ideias de Jürgen Habermas sobre a esfera pública e da desintegração do debate público crítico na era das redes sociais e do marketing político. Posteriormente, é feita uma ponte com os conceitos abordados durante o capítulo e como cada um se relaciona com as *fake news*.

No terceiro e último capítulo explora como o X – Twitter – se consolidou como uma plataforma central para a disseminação de ideias e informações em tempo real pela sua rapidez e alcance global. Por fim, se faz a análise do discurso dos tweets coletados no segundo turno destacando como as mesmas foram empregadas em um momento crucial no país.

Assim, a análise aprofundada das estratégias de propagação e a tipologia dessas *fake news* torna-se imperativa para compreendermos as dinâmicas e implicações mais amplas desse fenômeno no cenário eleitoral brasileiro. Portanto, a importância do tema transcende o âmbito geral, e é aclarado com uma análise minuciosa dessas manipulação e seu efeito nas opiniões políticas da população brasileira.

CAPÍTULO I

“O BRASIL VAI VIRAR COMUNISTA!”

1.1 Artimanhas Políticas: Um Olhar sobre a Mentira na História Brasileira

Diante da definição concisa do dicionário Michaelis⁴, a mentira se revela como uma intrincada teia de enganos e falsidades, cuja essência reside na intenção deliberada de distorcer a verdade. Porém, mais do que uma simples negação dos fatos, a mentira é uma manifestação complexa de manipulação e desonestidade, capaz de influenciar e moldar percepções e realidades.

Presente desde os primórdios da civilização, sua definição transcende mais do que o simples ato de enganar. Ela envolve aspectos éticos, sociais e psicológicos, podendo se manifestar de maneiras sutis ou flagrantes, desde pequenas distorções da verdade até manipulações elaboradas. A capacidade de mentir, portanto, também é uma característica distintiva da cognição humana, ligada à nossa capacidade de linguagem, consciência, interação social, e também por vezes posta como uma arma de proteção⁵.

No contexto da política, percebe-se que ela foi empregada como uma arma recorrente no que diz respeito a alcançar objetivos específicos, seja para justificar ações controversas, desacreditar oponentes ou manipular a opinião pública. Segundo Hannah Arendt, no seu artigo “*Lying in Politics: Reflections on The Pentagon Papers*”, destaca-se o fato da mentira estar ligada à mesma capacidade humana associada à política, ou seja, a imaginação.⁶

Na obra de Arendt, ela observa que as mentiras políticas muitas vezes são habilmente construídas para parecerem mais plausíveis e convincentes do que a própria realidade. Isso ocorre porque os mentirosos têm a vantagem de conhecer as expectativas e desejos do público, permitindo-lhes moldar sua narrativa de acordo com essas percepções. Ao contrário da realidade, que pode ser imprevisível e desafiadora, as mentiras são cuidadosamente elaboradas para serem aceitas e consumidas pelo público e passar a ideia de uma credibilidade das informações⁷. Sendo assim, os discursos inflamados e as promessas grandiosas eram frequentemente usados para ganhar o apoio do povo, mesmo que às custas da veracidade.

No curso da história política, nos deparamos com inúmeras representações desses discursos. Mas para um político elaborar um discurso que seja altamente convincente e persuasivo, é essencial ter um certo domínio de algumas estratégias para tal fim, o que

⁴ Michaelis. Dicionário escolar língua portuguesa. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2008, p. 564.

⁵ Matias, D. W. de S. *et al.* Mentira: aspectos sociais e neurobiológicos. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, v.31, n.3, 2015, p. 397.

⁶ Arendt, H. *Lying in Politics: Reflections on The Pentagon Papers*. *The New York Review*, 1971. p.2.

⁷ *Ibid.*, p. 2.

convém falar do conceito da retórica delineada por Aristóteles. A retórica para Aristóteles se baseia na arte da comunicação, do discurso feito em público que terá um fim persuasivo e na capacidade de saber o que é adequado para cada caso, isto é, uma flexibilidade inerente a essa arte que não se restringe a um domínio específico de temas.⁸

Segundo Aristóteles, a retórica dispõe de provas de persuasão – inartísticas e artísticas – que podem ser próprias da mesma ou externas. Das provas inartísticas, seriam aquelas que foram produzidas anteriormente como testemunhos e documentos escritos, e as provas artísticas são preparadas por nós mesmos. Dessa forma, o filósofo clarifica que as provas de persuasão fornecidas pelo discurso se caracterizam por tres espécies: o *ethos* – ἦθος – que é derivado do carácter do orador; o *páthos* – πάθος – da capacidade do orador emocionar os ouvintes; e o *lógos* – λόγος – de transmitir argumentos de forma clara e lógica.⁹

A persuasão pelo carácter moral do orador destaca a importância da confiança que o público deposita no orador durante o discurso, isto é, na crença na integridade e na sinceridade do orador desempenha um papel significativo na receptividade das mensagens transmitidas. É ressaltado que essa confiança não deve ser baseada apenas em percepções anteriores sobre o carácter do orador, mas sim no modo como o discurso é apresentado e na impressão deixada pelo orador durante a exposição de suas ideias¹⁰.

Nesse prisma, mesmo essa confiança que boa parte do público deposita nos discursos justamente por passarem uma credibilidade incontestável, nada impede de se abrir um leque de possibilidades para os oradores criarem e fomentarem ilusões sem enfrentar resistência significativa. Eles podem apelar às emoções do público, apresentando-se como defensores de causas nobres e valores compartilhados, enquanto ao mesmo tempo distorcem os fatos e manipulam a realidade em seu próprio benefício. Foi exatamente dessa forma que a ascensão do regime nazista na Alemanha se destaca como um dos exemplos mais marcantes de como a produção de uma série de elementos favoráveis marcou um momento histórico em que a "verdade" foi moldada por meio de falsidades e alegações enganosas.

Após a Alemanha ser derrotada na Primeira Guerra, o país enfrentou um período de grande instabilidade econômica, política e social, com altos índices de desemprego, inflação descontrolada e condições de vida precárias para grande parte da população. Com isso, boa parte dos alemães sentiu-se humilhada pela derrota e culpava o governo e os líderes políticos pela situação do país. Hitler, como parte dessa massa raivosa e um aspirante a artista fracassado, entrou para o Partido dos Trabalhadores Alemães em 1919, e a partir daí começou a sua jornada na política bem como sua autodescoberta: falar. De acordo com Kershaw:

⁸ Aristóteles. Retórica. Trad. Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. 2 ed., revista. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005, p. 33.

⁹ Ibid., p. 36.

¹⁰ Ibid., p. 96.

Sua principal habilidade até então, como ele veio a perceber no decorrer de 1919, era ser capaz de inspirar, nas circunstâncias propícias, uma plateia que compartilhasse seus sentimentos políticos básicos, pelo modo como falava, pela força de sua retórica, pelo próprio poder de seu preconceito, pela convicção, que transmitia, de que havia uma maneira de a Alemanha sair de sua situação difícil, e que somente o caminho apresentado por ele era a estrada para o renascimento nacional.¹¹

Depois de assumir o poder como Chanceler do *III Reich*, deu-se início a propaganda nazista para difundir suas ideias que já estavam formadas anteriormente, e para isso o fúhrer, junto com Goebbels – ministro da propaganda nazista – e seus assecores, conseguiram exercer um controle eficaz sobre os principais meios de comunicação da época, incluindo a imprensa, o rádio e o cinema. As mensagens promovendo os ideais do nazismo, como o nacionalismo extremo, o antissemitismo e a glorificação de uma raça superior a todas as outras – raça ariana – , eram amplamente difundidas através desses canais, alcançando milhões de pessoas em toda a Alemanha, gerando assim "um forte sentimento de unidade e poder".¹²

O governo nazista utilizou de artifícios e manipulações para conquistar a confiança e a adesão da população alemã ao seu discurso autoritário. Porém, com um cenário em que parte da população estava desconfiada em relação às intenções do governo, foram criadas situações que visavam legitimar e fortalecer a narrativa imposta pelo regime nazista. Um dos eventos mencionados é o incêndio do *Reichstag*, o parlamento alemão, que foi utilizado como pretexto para justificar a divulgação de listas de suspeitos, incluindo comunistas, anarquistas, democratas radicais e outros considerados opositores ao regime¹³. Esse incidente foi manipulado para criar um clima de medo e paranoia na sociedade, legitimando a ditadura imposta por Hitler, a repressão e a perseguição política.

Outro caso famoso seria sobre a Guerra do Iraque em que houve uma série de manipulações de informações, principalmente dos Estados Unidos. O governo estadunidense, na época do presidente George Bush, utilizou de um discurso em que “haveria uma missão americana de transformar o mundo em um lugar mais seguro e melhor”¹⁴ para justificar a intervenção militar.

As informações que mais repercutiram na época foram a alegação por parte do governo de Bush, de que o Iraque estava desenvolvendo armas químicas, biológicas e nucleares de longo alcance, representando uma ameaça iminente à segurança internacional, e que participaram do atentado do 11 de setembro de 2001. Essas justificativas foram usadas como base para a invasão do Iraque e pôr abaixo a ditadura de Saddam Hussein em 2003, comandada pelos Estados Unidos e apoiada por outros países, como o Reino Unido.

¹¹ Kershaw, I. Hitler. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 2010, p. 109.

¹² Flesch, C. *et al.* Triunfo da mentira: Um projeto político fundamentado em mentiras, farsas e supostas verdades. Rio de Janeiro: Eclética, Ano 10, n.21, 2005, p. 28.

¹³ *Ibid.*, p. 29.

¹⁴ Felini, C. R. de G. Discursos interpelativos de George W. Bush (2000-2004) : nacionalismo e neoconservadorismo na busca de legitimação doméstica para a guerra ao terrorismo. Rio Grande do Sul: PUCRS, 2017, p. 40.

No entanto, após a invasão e a subsequente ocupação do Iraque, não foram encontradas evidências conclusivas de armas de destruição em massa e Hussein sequer tinha conexões com Osama bin Laden e os terroristas da Al Qaeda. Ou seja, “as informações confidenciais subjacentes a tais alegações eram falsas ou exageradas”¹⁵. Posteriormente, após longas críticas pela farsa, o governo dos Estados Unidos confessou que a decisão de divulgar a existência dessas armas para justificar uma guerra preventiva contra o Iraque foi tomada “por motivos burocráticos”¹⁶.

No Brasil não foi diferente. Na tumultuada década de 1930, o cenário foi marcado por uma série de acontecimentos que lançaram as bases para os conflitos que viriam a seguir. O surgimento de regimes totalitários e autoritários, como o fascismo na Itália e o nazismo na Alemanha, trouxe consigo políticas agressivas e ideologias extremistas, exacerbando tensões políticas e sociais em toda a Europa. Paralelamente, a ascensão de líderes como Mussolini, Hitler e Stalin refletia um período de radicalização política e ideológica, com implicações globais.

Como a época condizia com a Era Vargas, as ideias tanto do fascismo quanto do comunismo, inspiraram a criação de dois movimentos políticos que ganharam destaque: a Ação Integralista Brasileira – AIB – e a Aliança Nacional Libertadora – ANL –. No que tange ao primeiro grupo, tendo como líder Plínio Salgado, seus ideais estavam ligados a práticas do fascismo europeu, defendendo a centralização do poder em um governo forte associado a uma figura autoritária, sob o lema de “Deus, pátria e família”¹⁷.

Em contrapartida, a ANL, sob o comando de Luís Carlos Prestes, se configurou como um movimento político de orientação comunista, cujos objetivos eram promover a reforma agrária, revoluções proletárias e combater o imperialismo no país. A clara definição ideológica e revolucionária da ANL provocou uma reação por parte dos setores conservadores, incluindo a AIB, o comando militar, a Igreja e empresários, que passaram a combater os simpatizantes dessa organização.¹⁸

Com a emergência dessas duas frentes, mas principalmente da ANL após um levante mal sucedido, Vargas viu seu governo ser ameaçado e a partir disso se desdobrou uma série de medidas para tornar o Executivo mais forte. Posteriormente, em 1935, foi aprovada pelo Congresso a Lei de Segurança Nacional definindo crimes contra a ordem política e social, frisando que o comunismo agora deveria ser combatido o mais rápido possível. De acordo

¹⁵ Hein, V. M. Guerra no Iraque: uma mentira e suas longas consequências. São Paulo: Brasil de Fato, 2023. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/03/20/guerra-no-iraque-uma-mentira-e-suas-longas-consequencias>. Acesso em 1 mai. 2024.

¹⁶ Benjamin, C. *et al.* A guerra da mentira. Rio de Janeiro: Eclética, Ano 10, n.21, 2005, p. 41.

¹⁷ Calil, G. G. O integralismo no pós-guerra: a formação da PRP, 1945-1950. Porto Alegre: Coleção História 39, EDIPUCRS, 2001, p. 37.

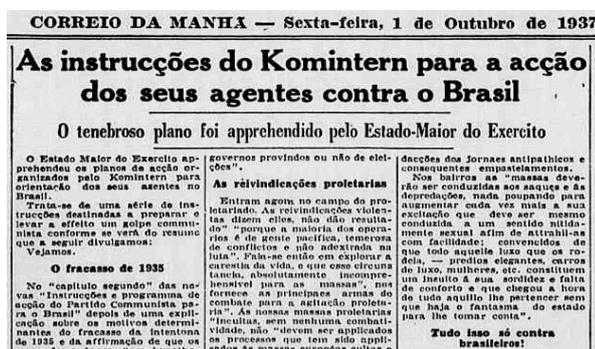
¹⁸ Mezzaroba, O. Plano Cohen: a consolidação do anticomunismo no Brasil. Florianópolis: Sequência Estudos Jurídicos e Políticos, v. 13, n. 24, 1992, p. 93.

com Pandolfi e Grynszpan:

Ao mesmo tempo em que intensificava os mecanismos de repressão e de controle da sociedade, Vargas obtinha o apoio necessário para sua implantação. De fato, o governo faria um intenso uso do “perigo comunista”, não somente no sentido de legitimar sua ação perante a população, eliminando elementos divergentes, mas também no sentido de mais facilmente alcançar seus objetivos políticos¹⁹.

Sendo assim, o discurso da ameaça de um Brasil comunista viria a ser utilizado novamente na eleição de 1937 como meio para o projeto continuísta de Vargas e consolidar o golpe de Estado que estava em articulação desde o ano anterior. Assim, se iniciou a construção do famoso Plano Cohen, um documento forjado que “supostamente” previa algumas ações dos comunistas para tomar o poder na época, e utilizado de pretexto para justificar a instauração do Estado Novo.

Com um mês antes da divulgação do plano, ocorreu uma reunião de alto escalão militar, com a presença do general Eurico Gaspar Dutra, então ministro da Guerra, o general Góes Monteiro, chefe do Estado-Maior do Exército, Filinto Müller, chefe de Polícia do Distrito Federal, e o próprio Getúlio Vargas. Durante esse encontro, o plano, supostamente apreendido pelas Forças Armadas, foi apresentado ao presidente. Embora ciente de sua falsidade, Vargas concordou em utilizá-lo para seus objetivos autoritários.²⁰



Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, Edição 13158.

A imagem acima descreve a notícia publicada pelo Correio da Manhã no dia 1 de outubro de 1937 no qual, de acordo com o documento, os planos dos comunistas de tomar o poder iam desde provocar greves, incêndios em prédios públicos, e também eliminar as autoridades militares e civis que se opusessem a estas ações. Ademais, boatos ainda circulavam na época de que o nome “Cohen” colocado no plano foi inspirado no líder comunista Béla Kun-Cohen, que governou a Hungria em 1919.²¹

Segundo Gomes, a divulgação do plano aconteceu por todos os meios de comunicação da época alcançando uma repercussão enorme em todo país, mas sua autenticidade sequer foi

¹⁹ Pandolfi, D. C., Grynszpan, M. Da Revolução de 30 ao Golpe de Estado de 37: a Depuração das Elites. Rio de Janeiro: Revista de Sociologia e Política, n° 9, 1997, p. 14.

²⁰ Gomes, R. N. O Plano Cohen: ficção e realidade na antessala do Estado Novo. Brasília: Café História, 2021, n.p. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/o-que-foi-o-plano-cohen-ficcao-realidade-no-estado-novo/>. Acesso em: 23 mar.2024.

²¹ Ibid., n.p.

questionada, pois o conteúdo fazia sentido em um momento tão conturbado como foi o cenário político daquela década. Dada a gravidade que o plano representava, líderes do Exército interpretaram o documento como uma ameaça tanto para a nação brasileira, bem como às instituições democráticas e ao próprio Exército como "guardião" da pátria. Diante dessa percepção, acreditavam que era seu dever agir, mesmo que de forma ilegal, para proteger a democracia, a lei e a família brasileira. Essa interpretação contribuiu para criar um clima de tensão e uma incerteza política, preparando o terreno para a ascensão do Estado-Novista.²²

A farsa do Plano Cohen veio à tona somente anos mais tarde, durante a crise do Estado Novo em 1945, quando o general Góes Monteiro revelou que o documento foi elaborado pelo capitão Olímpio Mourão Filho, ligado ao movimento integralista. Mourão redigiu o plano como uma simulação de um golpe comunista, concebido como um exercício de defesa para os integralistas. No entanto, o líder do movimento, Plínio Salgado, rejeitou o plano por considerá-lo irrealista. Apesar de Góes Monteiro ter conspirado contra o governo varguista, ele também se envolveu na manipulação do plano utilizando partes dele como justificativa para solicitar ao Congresso a decretação do estado de guerra.²³

Dessa forma, essa trama urdida para disseminar mentiras com o intuito de manipular a opinião pública, foi um episódio emblemático na sociedade brasileira que clarifica como os interesses políticos e militares se mesclaram na criação e na manipulação para atender a diversas agendas. Assim, a complexidade em disseminar mentiras, que é evidente que é uma prática que precede a era digital, evidencia uma longa batalha pelo controle da percepção pública, e nesse cenário, os detentores do poder historicamente moldaram a maneira como as pessoas enxergam o mundo, influenciando suas interpretações em variados assuntos.

1.2 Sobre *Fake News* e a Desinformação na Política

Perante o exposto anteriormente, as raízes da disseminação de informações intrinsecamente ligadas à propagação de mentiras, encontram eco na história, marcando presença com narrativas longínquas habilmente dissipadas desde tempos antigos. Nesse prisma, destaca-se, segundo Altares, que a "verdade é uma vítima recorrente em qualquer sociedade organizada, pois a mentira política é uma arte tão antiga quanto a civilização"²⁴.

No passado, os meios de comunicação tradicionais, como jornais, rádio e televisão, eram as fontes de informação primárias da sociedade. Embora ainda hoje relevantes na vida

²² Ibid., n.p.

²³ Ibid., n.p.

²⁴ Altares, G. A longa história das notícias falsas. Madrid: El País, 2018, n.p. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em 13 abri. 2024.

cotidiana, a mídia de antigamente, seja na esfera política ou comercial, desempenharam um papel fundamental na formação da opinião pública e na mobilização da ação coletiva. No entanto, mesmo esses meios, por mais controlados e regulamentados que fossem, não estavam imunes à disseminação de informações falsas, que hoje podem ser consideradas precursoras das chamadas *fake news*.

Hodiernamente com o advento da Internet, o panorama midiático mudou radicalmente, no sentido de que a digitalização da informação permite agora a criação e distribuição de conteúdos numa escala sem precedentes. Qualquer pessoa com ligação à Internet pode acessar blogs, websites ou perfis de redes sociais e partilhar suas opiniões online. As redes sociais, em particular, mudaram a forma como consumimos e partilhamos informação. Em plataformas como Facebook, Twitter – X – Instagram, WhatsApp e YouTube, a informação espalha-se de forma viral em minutos, atingindo milhões de pessoas antes de poder ser verificada, pois toda lógica algorítmica dessas plataformas prioriza o engajamento e a popularidade de conteúdos que têm maior potencial de compartilhamento.

Neste contexto, é importante esclarecer que apesar das inúmeras vantagens que a tecnologia traz, a era digital é caracterizada por um ambiente descentralizado e fortemente interligado, que proporciona um terreno fértil para a propagação de notícias falsas e desinformação. Embora ambas tenham capacidades semelhantes para distorcer a verdade e influenciar a percepção pública, é importante reconhecer as suas diferenças.

As *fake news* se caracterizam como informações completamente falsas criadas intencionalmente para enganar, enquanto que a desinformação abrange uma gama mais ampla de informações incorretas, fora de contexto ou manipuladas, incluindo rumores, especulações e narrativas tendenciosas.

A principal diferença entre as duas é o propósito de divulgá-las: *fake news* são criadas com a intenção de enganar, enquanto a desinformação pode não ser necessariamente disseminada para fins prejudiciais. Mas a desinformação pode, em última análise, transformar-se em *fake news* se for difundida de forma irresponsável e sem verificação, aumentando o seu alcance e os seus efeitos negativos para destruir a imagem de uma pessoa, instituição, grupo social, ou para obter vantagens, que pode ser tanto política quanto financeira.²⁵

Assim, a preocupação que se tem é que em um mundo digitalizado em que vivemos, os limites entre a realidade e a ficção muitas vezes se tornam indistintas. É nesse sentido que, segundo Patrícia Campos Mello, se quisermos emplacar uma certa mentira basta apenas

²⁵ Carvalho, M. C. Fake news e desinformação: o papel do direito na proteção da sociedade. São Paulo: Conjur, 2024, n.p. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2024-jan-08/fake-news-e-desinformacao-o-papel-do-direito-na-protacao-da-sociedade/>. Acesso em 14 mai. 2024.

inundar as redes sociais e os grupos de WhatsApp com versões manipuladas de fatos, fazendo com que essas versões pareçam verdadeiras e abafando outras histórias reais.²⁶

A autora cita diversos meios para a manipulação de informações, dentre eles o uso do recurso de marketing. No Facebook e Instagram, é possível pagar para que certos conteúdos alcancem mais pessoas ou segmentos específicos. No Twitter, conteúdos com maior engajamento – cliques e curtidas – ganham mais destaque. Para criar essa ilusão de popularidade, utilizam-se sistemas automatizados, como *bots*²⁷, ou pessoas contratadas, como *trolls*²⁸, para simular engajamento em determinados conteúdos. Outra estratégia é contratar agências que enviam em massa mensagens no WhatsApp, disseminando memes, textos, áudios ou vídeos com um certo ponto de vista para milhares de pessoas. Essa narrativa, uma vez impulsionada artificialmente, é propagada pelas redes orgânicas, ou seja, pelas próprias pessoas que acreditam e compartilham essas informações.²⁹

Diante a isso, de acordo com a pesquisadora Claire Wardle:

Quando as mensagens são coordenadas e consistentes, elas facilmente enganam nossos cérebros, já exaustos e cada vez mais dependentes de heurísticas (simples atalhos psicológicos) devido à quantidade esmagadora de informações que piscam diante de nossos olhos todos os dias. Quando vemos várias mensagens sobre o mesmo tópico, nossos cérebros usam isso como um atalho para a credibilidade. Deve ser verdade, dizemos - eu vi essa mesma afirmação várias vezes hoje.³⁰

Isso acontece porque a repetição cria uma sensação de familiaridade que com o tempo é confundida com veracidade. Essa técnica é conhecida como *firehosing*, um tipo de disseminação de informações potencialmente falsas de maneira contínua, repetida, rápida e em grande escala, se tornando um destaque na política contemporânea. Exemplos desse método podem ser observados nas propagandas políticas de Jair Bolsonaro.

Durante a campanha eleitoral presidencial brasileira de 2018, as *fake news* surgiram como um fator-chave na campanha eleitoral e desempenharam um papel fundamental na ascensão de Jair Bolsonaro ao poder. Como candidato do Partido Social Liberal – PSL –, Bolsonaro tornou-se uma figura central num cenário político altamente polarizado, onde a população brasileira passava exprimia desconfiança e descrédito ao Partido dos Trabalhadores – PT – após as crises envolvendo o governo de Dilma Rousseff. As *fake news* da época se espalharam rapidamente nas redes sociais e em aplicativos de mensagens como o WhatsApp, onde conteúdos falsos e distorcidos eram compartilhados em massa.

²⁶ Mello, P. C. A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020, p. 23.

²⁷ Os bots são programas automatizados que executam tarefas repetitivas, como postar mensagens ou interagir com usuários sem necessidade de intervenção humana. Normalmente são usados para espalhar informações, vender produtos ou influenciar debates.

²⁸ Trolls são pessoas que, intencionalmente, provocam e causam discórdia nas discussões online, postando comentários ofensivos ou absurdos com o objetivo de irritar os outros usuários.

²⁹ Ibid., p. 24.

³⁰ Wardle, C. Fake News. It's complicated. Sydney: First Draft, 2017, n.p. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em 22 mai.2024.

Uma das notícias falsas mais famosas foi a afirmação de que o candidato petista Fernando Haddad – assumindo o lugar de Lula quando o ex-presidente foi preso – promoveu a distribuição de um “kit gay” nas escolas, sugerindo que o objetivo do PT era influenciar a sexualidade das crianças. Notícias como “Haddad é criador de kit gay para crianças de seis anos”, e “PSOL pede para o STF permitir sexo nas escolas” inundaram as redes sociais no período eleitoral, distorcendo o “Projeto Escola sem Homofobia”, que foi pejorativamente apelidado de “kit gay” por políticos conservadores, e exploravam a falácia da ideologia de gênero.³¹

O projeto tinha por finalidade atender as demandas do programa Brasil Sem Homofobia lançado em 2004 pelo governo Lula, que teve como objetivo criar diretrizes públicas para a população LGBTQIAP+, garantir e promover direitos à segurança, educação, saúde, trabalho e cultura, e combater a violência e a discriminação com base na orientação sexual. O material didático do programa incluía uma apostila para professores intitulada: “Escola sem homofobia”, filmes educativos, cartaz publicitário, boletins para alunos e cartas introdutórias para gestores e educadores, servindo para combate da exclusão em razão da orientação sexual no âmbito escolar.³²

Na época em que ainda era Deputado Federal, Bolsonaro foi um opositor ferrenho do programa e do projeto, chegando a panfletar pelas residências e escolas do Rio de Janeiro, nomeando o mesmo como Plano da Vergonha. O discurso retornou em 2018, e repetia que o material tinha como objetivo promover o comportamento homossexual em crianças e aumentar sua vulnerabilidade a ataques de pedófilos, mostrando que Bolsonaro estava usando uma estratégia destinada a alimentar o pânico moral existente. Ele se beneficiou da disseminação de desinformação e de uma narrativa onde construiu um vilão que era uma ameaça à sociedade e à família tradicional brasileira, no caso a própria comunidade LGBTQIAP+.³³

Outra que tomou bastante conhecimento e comoção foi a afirmação de Bolsonaro sobre fraude nas urnas eletrônicas. Após o atentado que resultou em um esfaqueamento em Juiz de Fora, Bolsonaro fez uma transmissão ao vivo de seu leito de hospital sugerindo que havia uma conspiração petista que visava impedi-lo de conquistar o cargo de presidente da República e repetiu a alegação ao menos 84 vezes.

A live feita pelo Facebook, Bolsonaro proferiu que “a grande preocupação não é perder no voto, é perder na fraude. Então, essa possibilidade de fraude no segundo turno,

³¹ Corrêa F, F., Steinberg, V., & Botura P. B., N. Kit Gay e Ideologia de Gênero: Como a Desinformação Propagada por Bolsonaro Fere as Políticas Públicas Educacionais Voltadas para as Questões de Gênero e Diversidade Sexual. São Paulo: Revista Pluri Discente, v.1, n.4, 2022, p. 29.

³² Ibid., p.30.

³³ Ibid., p. 31.

talvez no primeiro, é concreta³⁴. Com isso, a Internet levantou uma das primeiras ondas ilusionistas sobre a fraude, insinuando que o Tribunal Superior Eleitoral – TSE – entregou códigos de segurança das urnas para uma empresa venezuelana através de licitação, porém a mesma foi cancelada e as empresas finalistas foram desclassificadas.³⁵

Ademais, nas vésperas do primeiro turno, aumentaram os rumores de fraude eleitoral envolvendo o PT. Circularam relatos nas redes sociais de que a Polícia Federal havia confiscado urnas adulteradas contendo votos para Fernando Haddad, que a organização negou oficialmente. Posteriormente, um vídeo de uma urna supostamente gerando votos automaticamente para Haddad rapidamente se espalhou nas redes. Esta postagem foi compartilhada pelo filho mais velho de Bolsonaro, Flávio Bolsonaro, e então candidato ao Senado pelo PSL no Rio de Janeiro. Mais uma vez, a Justiça Eleitoral desmentiu o vídeo mostrando que apresentava momentos claros de manipulação. Porém Jair Bolsonaro continuou usando o vídeo para fomentar suas acusações de fraude eleitoral.³⁶

Dessa forma, o uso das *fake news* na campanha de Bolsonaro o levou a se tornar um *outsider* que desafiava o *establishment* político, e uma opção viável para ocupar a cadeira da presidência, sendo visto como um herói da nação brasileira que iria salvar o país das garras do PT e da "corrupção". A narrativa de Bolsonaro como salvador foi reforçada com um discurso que explorou o medo e a indignação populares, prometendo uma limpeza na política e uma luta implacável contra o crime.

Esta estratégia de comunicação não só reforçou o seu apoio entre os eleitores conservadores, mas também apelou aos que estavam desiludidos com o *status quo*. Assim, o descontentamento generalizado e a crise econômica criou vulnerabilidade às suas promessas de mudança radical e de regresso aos valores tradicionais.

1.3 Os Bastidores das Eleições Presidenciais de 2022 no Brasil

Em meio a um cenário político fragmentado e saturado de desinformação, os eleitores tinham um vasto leque de opções e vários candidatos competiam pela presidência no ano de 2022. No entanto, na época, a verdadeira luta pela liderança no Brasil foi entre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, representando o Partido dos Trabalhadores – PT –, e o então presidente Jair Bolsonaro, representando o Partido Liberal – PL –. A eleição representou visões de mundo diametralmente opostas, onde polarizaram o debate político e

³⁴ Ribeiro, A., Menezes, F. L. Como a desinformação sobre urnas abasteceu a artilharia de Bolsonaro contra o sistema eleitoral. São Paulo: Aos Fatos, 2022, n.p. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/desinformacao-urnas-abasteceu-artilharia-bolsonaro-contra-sistema-eleitoral/>. Acesso em 28 mai. 2024.

³⁵ Ibid., n.p.

³⁶ Ibid., n.p.

capturaram a atenção da nação, transformando-o num confronto central e decisivo entre continuidade e mudança.

Embora as eleições presidenciais de 2018 no Brasil tenham sido fortemente influenciadas por questões como anticorrupção, segurança pública e renovação política, o cenário eleitoral de 2022 mostrou uma clara mudança em direção às ansiedades dos eleitores. Esperava-se, portanto, que a economia e os esforços para lidar com o período pós-pandemia fossem os principais temas de debate devido aos profundos efeitos das crises econômicas agravadas pela recessão global causada pela pandemia do Covid-19.

Nota-se que, nos anos do governo de Jair Bolsonaro, o país viu crescer o desemprego, a inflação e um alarmante regresso da fome – problemas que mais importavam para a população³⁷, o que levou a um descontentamento crescente por parte da população brasileira, avaliando seu governo negativamente chegando a estimativa de 64% de acordo com a Ipspe, tendo um único momento de aprovação em dezembro de 2020 com 46%³⁸. Nesta perspectiva, uma pesquisa realizada pelo Instituto Paraná Pesquisas e divulgada em fevereiro de 2022, mostrou que Lula tinha maior vantagem em todos os cenários no primeiro turno, colocando Bolsonaro em segundo lugar. Em comparação com a pesquisa anterior feita em novembro de 2021, a intenção de voto para Lula aumentou para 40,1% enquanto que Bolsonaro variou entre 29,2% para 29,1%. Todas as entrevistas aconteceram presencialmente entre 27 de janeiro e 1 de fevereiro abrangendo em 162 municípios dos 26 estados e do Distrito Federal, totalizando 2020 entrevistados.³⁹

A partir disso, os esforços e os debates intensos de ambos os lados levaram a uma intensificação constante e visível da polarização do cenário político brasileiro. Assim, durante o primeiro turno eleitoral, as campanhas dos dois candidatos mobilizaram seus eleitorados com discursos e promessas apaixonadas, bem como estratégias de comunicação consideravelmente agressivas.

Nesse prisma, Bolsonaro permaneceu leal à sua base de apoio, composta principalmente por eleitores conservadores, evangélicos e apoiadores do agronegócio. Ele enfatizou sua defesa da liberdade individual, o lema integralista “Deus, pátria e família”, críticas e oposição à política da esquerda, e ampliação de privatizações. Lula, por sua vez, procurou reconquistar o eleitorado que o apoiou no passado, ao mesmo tempo que tentava

³⁷ Schreiber, M. Eleições 2022: o que mudou na cabeça do eleitor brasileiro desde 2018. Brasília: BBC News Brasil, 2022, n.p. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62270734.amp>. Acesso em 30 mai. 2024.

³⁸ Xavier, G. Ipspe: Governo Bolsonaro segue reprovado por 64% dos brasileiros, seu pior patamar. São Paulo: Carta Capital, 2022, n.p. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/ipespe-governo-bolsonaro-segue-reprovado-por-64-dos-brasileiros-seu-pior-patamar/amp/>. Acesso em 30 mai. de 2024.

³⁹ Paraná Pesquisas: Lula cresce na liderança e adversários ficam estagnados. São Paulo: Uol, n.p., 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/02/02/lula-bolsonaro-moro-parana-pesquisas.htm>. Acesso em 31 mai. 2024.

expandir o seu apelo a novos segmentos da sociedade. A sua campanha centrou-se na recuperação econômica, na promessa de geração de empregos e melhor renda e no aumento do investimento nos cuidados de saúde e na educação. Lula também se posicionou como defensor da democracia e das instituições republicanas, em contraste com o estilo frequentemente conflituoso de Bolsonaro.

Com a intensificação do confronto político e a urgência de ganhar votos, a disseminação de *fake news* emergiu novamente como uma ferramenta política de grande efeito nas eleições, resultando em consequências significativas que minaram a integridade do processo democrático ao manipular a percepção pública. A campanha de reeleição de Bolsonaro tomou um rumo diferente. Ele precisava de algo além do poder das redes sociais para restaurar a sua imagem, mobilizar e atrair eleitores. Assim, ele se juntou ao Partido Liberal e formou uma aliança com bases estabelecidas na maioria dos estados.⁴⁰

Posteriormente, para conquistar os votos dos eleitores indecisos que determinariam sua vitória, Bolsonaro criou uma imagem mais representativa do público além do seu apoio. Apesar de tentar se apresentar de forma diferente, as *fake news* continuaram existindo durante as eleições, tanto na produção e distribuição desse tipo de conteúdo nas redes sociais quanto nos discursos de campanha. Observa-se portanto, que o período do primeiro turno foi um momento conturbado onde foram adotadas medidas para tornar a mentira uma realidade e ofuscar a verdade dos fatos. Dessa forma, Bolsonaro, por mais que tentasse assumir uma nova persona, teve um considerável destaque durante sua campanha em que suas alegações se constituíam de mentiras exageradas.

A exemplo, tem-se uma desinformação significativa que tomou as redes sociais na véspera do primeiro turno em que o site O Antagonista publicou uma gravação de áudio em 2021 que Marcos Willians Herba Camacho, conhecido como Marcola e líder do PCC – Primeiro Comando da Capital –, supostamente tinha uma preferência por Lula nas eleições, e as redes bolsonaristas junto com Bolsonaro e aliados a replicaram fora de contexto apontando que era uma prova clara de ligação entre ambos e que a facção queria o Lula na presidência⁴¹.

O suposto áudio teve uma repercussão que alcançou 1,75 milhões de visualizações nos canais de YouTube da Jovem Pan News e Os Pingos nos Is no final de semana do primeiro turno. Após esse boato, Alexandre de Moraes, na época presidente do TSE – Tribunal Superior Eleitoral – exigiu, na manhã de votação, que os veículos de imprensa retirassem o conteúdo sobre Marcola e Lula, expressando que não provava que o líder do PCC

⁴⁰ Medeiros, J., Loiola, P., Antunes, L. As eleições presidenciais de 2022, as fake news e a crise da democracia: um breve panorama sobre o embate entre o bolsonarismo e o janonismo cultural. Rio de Janeiro: Cadernos Adenauer XXIII, nº4, 2022, p. 72.

⁴¹ Vick, M. As blitzes de fake news espalhadas em dia de eleição. São Paulo: Nexo Jornal, 2022, n.p. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2022/10/28/as-blitze-de-fake-news-espalhadas-em-dia-de-eleicao>. Acesso em 1 jun. 2024.

havia declarado voto em Lula, já que foi gravado um ano antes da eleição. Ademais, destacou que Marcola, por ser condenado em definitivo, não tinha direito ao voto.⁴²

Outro exemplo de *fake news* que circulou na Internet por parte de bolsonaristas, sustentava que o novo Título de Eleitor – impresso pela Justiça Eleitoral – e que possui QR Code para autenticidade dos documentos, estava programado para contabilizar votos para Lula automaticamente. A informação circulou pelo Telegram e rapidamente se espalhou para as outras redes onde causou uma preocupação sobre a veracidade dos novos títulos. A checagem do conteúdo foi desmentida de prontidão pela Justiça Eleitoral, afirmando que não existe qualquer ligação entre o título de eleitor, o e-título e o QR code presente na versão digital do documento, pois o voto seria digitado o próprio eleitor na urna eletrônica no período eleitoral sem interferência do código.⁴³

Os ataques de Bolsonaro e seus aliados direcionados a Lula e a ênfase no descrédito do adversário, ilustram a estratégia do candidato de utilizar táticas agressivas para tentar manipular a opinião pública a fim de questionar a integridade e capacidade do Lula para governar novamente o Brasil, bem como atacar o sistema eleitoral e a democracia. Este ambiente de constante confronto e desinformação não só revela divisões profundas entre os eleitores, mas também mostra a importância crescente das redes sociais na formação das narrativas eleitorais.

Além disso, é importante ressaltar que essa batalha se concentrou de forma significativa quando os candidatos foram levados para a TV aberta para discutir as propostas de governo, bem como alfinetar os adversários sobre alguns escândalos e também um momento para espalhar desinformação. Com isso, as notícias falsas mais difundidas por Bolsonaro, especialmente durante os debates eleitorais, geralmente diziam respeito a informações falsas sobre o seu governo⁴⁴.

Às vésperas do primeiro turno, o site de checagem Aos Fatos realizou uma transcrição em tempo real do debate que foi promovido pela TV Globo e realçou algumas falas contendo informações falsas dos candidatos à presidência, onde Jair Bolsonaro e Luís Inácio Lula da Silva se sobressaíram.

Em primeiro ponto, no momento das perguntas feitas em um sorteio, Padre Kelmon – PTB – questiona o então presidente Jair Bolsonaro sobre a continuidade de políticas sociais e econômicas durante um possível segundo mandato. Bolsonaro responde que pretende manter as políticas, mas com responsabilidade fiscal. Ele ressalta que seu governo tem ajudado os

⁴² Ibid., n.p.

⁴³ Justiça Eleitoral. QR Code no título serve apenas para autenticar documentos e não computa voto do eleitor. Site da Justiça Eleitoral, 2022, n.p. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/chechagens/qr-code-no-titulo-de-eleitor-serve-para-autenticar-documentos-e-mitidos-pela-je/#>. Acesso em 1 jun. 2024.

⁴⁴ Medeiros, Loiola e Antunes, loc. cit., p.72-73.

mais humildes e compara o Auxílio Brasil ao Bolsa Família do governo Lula, ressaltando que o valor médio do Bolsa Família seria bem menor.⁴⁵

O debate chegou em um momento em que Bolsonaro disse que os beneficiários do programa Bolsa Família perderiam o direito aos benefícios se conseguissem um emprego. A auditoria do Aos Fatos constatou que essa informação é falsa e uma correção mostra que o beneficiário do Bolsa Família pode manter o benefício mesmo que encontre um emprego, desde que a renda mensal per capita da família não ultrapasse um determinado limite por pessoa, e também indica que “caso essa renda fosse maior que o valor estipulado anualmente pelo governo federal, mas não superior a meio salário mínimo, o beneficiário poderia continuar recebendo os pagamentos por mais dois anos”.⁴⁶

Seguindo adiante, Bolsonaro falou sobre o programa Auxílio Brasil e enfatizou que sob seu governo o valor do auxílio aumentou para 600 reais e 20 milhões de famílias foram beneficiadas. Ele mencionou que os beneficiários continuaram recebendo o auxílio mesmo depois de conseguirem emprego, um acréscimo de 200 reais. Bolsonaro também criticou o PT, dizendo que os parlamentares do partido votaram contra a mudança do Bolsa Família para o Auxílio Brasil, sugerindo que isso mostrava a falta de interesse do PT pelos mais pobres e sua intenção de atuar como um salvador para os necessitados.⁴⁷

A correção indica que a afirmação de Bolsonaro é falsa, pois quando os parlamentares petistas votaram contra a PEC emergencial, ainda não havia um valor específico para o Auxílio Brasil. A PEC 186/19 permitiria a retomada dos pagamentos do auxílio, mas sem detalhes sobre valor, duração e condições de acesso. Em março de 2021, o PT votou contra a comissão extraordinária da PEC após a rejeição de seus pedidos de votação em separado do texto do auxílio. Em agosto daquele ano, o governo criou o Auxílio Brasil com valor inicial de 400 reais mensais – ampliado para 600 reais posteriormente –, aprovado pelo Congresso com apoio do PT na Câmara dos Deputados e no Senado.⁴⁸

Posteriormente, foi percebido que Lula também não fugia de fazer declarações desinformativas durante o debate eleitoral, exagerando realizações de seu governo. Em resposta à acusação de Felipe D’ávila – Novo – sobre um suposto desvio de 120 bilhões de reais que teria impactado impostos, saúde e educação, Lula questionou a origem dos números e defendeu a implementação de cotas como reparação histórica pela escravidão. Ele também destacou a ampliação do acesso à educação em seu mandato, citando um aumento no número de universitários. No entanto, verificou-se que Lula exagerou ao afirmar que o número de estudantes universitários subiu de 3,5 milhões para 8 milhões durante seu governo, um marco

⁴⁵ Menezes, L. F. *et al.* Checamos os candidatos à presidência no debate da TV Globo. São Paulo: Aos Fatos, 2022, n.p. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/checamos-candidatos-presidencia-debate-globo/>. Acesso em 2 jun. 2024.

⁴⁶ *Ibid.*, n.p.

⁴⁷ *Ibid.*, n.p.

⁴⁸ *Ibid.*, n.p.

que na verdade foi atingido em 2015, sob Dilma Rousseff.⁴⁹

Em seguida, Padre Kelmon questiona Lula sobre acusações de corrupção, mencionando a prisão de alguns de seus associados e alegações de que Lula estava à frente de uma conspiração de roubo em grande escala. Lula nega as acusações, questiona a origem das informações e destaca vitórias judiciais a seu favor. Ele menciona ter sido absolvido em vinte e seis processos no Brasil, além de mencionar supostas absolvições pela ONU, o que é corrigido como falso. A correção destaca que, apenas em três casos dos vinte e seis, o petista foi efetivamente absolvido em julgamento e os restantes dos processos instaurados na Justiça não foram apreciados nem julgados. Além disso, o Comitê dos Direitos Humanos da ONU, não tem poder para absolvê-lo e as suas conclusões não são vinculativas para o sistema jurídico brasileiro.⁵⁰

Diante disso, é claro que a disseminação das *fake news* levou a uma polarização exacerbada e a sociedade brasileira a um estado de constante tensão e desconfiança. Este período caótico pode ser descrito como uma luta pelo poder que atravessou as fronteiras tradicionais, infiltrando no digital, manipulando a opinião pública e criou uma situação de guerra híbrida utilizando diferentes estratégias, que serão discutidas no próximo capítulo.

⁴⁹ Ibid., n.p.

⁵⁰ Ibid., n.p.

CAPÍTULO II

A VERDADE É A PRIMEIRA VÍTIMA DA GUERRA

2.1 Um Ensaio sobre as Novas Guerras Híbridas

No cenário mundial atual, as guerras híbridas emergem como um novo modelo dos conflitos modernos, onde as batalhas não se restringem aos teatros de guerra tradicionais, mas se estendem ao ciberespaço, à economia e até mesmo aspectos da mente humana. Essas guerras acontecem em um campo multifacetado e a invisibilidade das suas táticas aumentam sua eficácia e imprevisibilidade.

Num mundo interligado e avançado em termos de tecnologia, a habilidade de combinar diversas formas de poder – militar, cibernético, informativo e econômico – está transformando a forma como os atores estatais e não estatais conduzem as suas campanhas. Portanto, as novas guerras híbridas não só alteram o conceito de segurança nacional, mas também provocam desafios às estruturas tradicionais de governança e resistência.

Nesse contexto, a compreensão das guerras híbridas – reconhecidas como o epítome das guerras de quarta geração – requer uma análise detalhada das suas táticas e estratégias, bem como das motivações e objetivos dos atores envolvidos. Uma análise extensa e aprofundada deste fenômeno está contida no livro de Andrew Korybko, intitulado de “Guerras híbridas: das revoluções coloridas aos golpes”⁵¹. Korybko examina como a guerra híbrida, uma combinação entre as revoluções coloridas e a guerra não convencional, tem sido utilizada para desestabilizar governos através de uma combinação de intervenções diretas e indiretas, muitas vezes mascaradas por movimentos sociais ou crises espontâneas.

Korybko inicia sua análise – seguindo o exemplo de como os EUA atuam com seus alvos – com uma progressão lógica do pensamento de que as ocupações militares tradicionais podem ser substituídas por operações indiretas de mudança de regime, que são menos dispendiosas e menos sensíveis politicamente. Em primeiro ponto, Korybko situa que as revoluções coloridas usam uma combinação de propaganda, pesquisa psicológica e mídias sociais para atingir seus objetivos.

Dessa forma, as revoluções coloridas são essencialmente tentativas de desestabilizar governos instituídos que geralmente se manifestam em grandes mobilizações populares que reivindicam ideais vagos e amplamente aceitos, como a democracia e a liberdade. Estas exigências servem de cobertura para o descontentamento organizado e são frequentemente apoiadas por campanhas de informação com forte ênfase nas operações psicológicas que

⁵¹ Korybko, A. Guerras híbridas: das revoluções coloridas aos golpes. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

moldam a opinião pública, incentivam e conquistam a participação em massa.⁵²

De acordo com Korybko, para que uma mensagem determinada incentive pessoas a derrubar um governo, é crucial entender o papel da propaganda. O autor enfatiza, utilizando Bernays, que as revoluções coloridas utilizam técnicas avançadas de relações públicas que combinam os princípios da publicidade e da comunicação de massa para influenciar e mobilizar a sociedade em questão. Bernays acreditava que um grupo pequeno e muitas vezes invisível de pessoas poderia influenciar e moldar o pensamento das massas, e a psicologia de certo grupo é estudada minuciosamente para difundir as mensagens com mais facilidade e tirar o melhor proveito disso a partir dos métodos utilizados.⁵³

A melhor maneira então seria uma abordagem indireta, instruindo “fábricas de consenso”, que seria uma preparação anterior de pesquisa sobre seus alvos para entender melhor como se aproximar do público-alvo e tornar a propaganda mais eficaz, e, segundo Bernays, as notícias devem ser elaboradas artificialmente e que os eventos a ela associados sejam imaginativos e não lineares para aumentar o efeito da campanha.⁵⁴

Durante este processo, os envolvidos muitas vezes não têm consciência do papel que desempenham, pois são utilizados para criar a aparência de apoio unânime às revoluções coloridas e, por vezes, atuam como “escudos humanos” para proteger os ativistas centrais. O principal objetivo é que o público internalize as ideias apresentadas como se fossem suas próprias conclusões, fazendo com que os protestos contra o governo pareçam espontâneos e naturais, e não forçados.⁵⁵

Para moldar a percepção da população, tem-se a abordagem da guerra neocortical, teorizada por Szafranski, que a descreve como uma tentativa de controlar ou influenciar o comportamento dos inimigos sem destruí-los fisicamente, e uma maneira de aplicar essa abordagem no contexto das revoluções coloridas direcionando para o cérebro coletivo da população é com o uso de técnicas de programação neurolinguística. Assim, a guerra neocortical usa linguagem, imagens e informações para atacar a mente e modificar a vontade, explorando fraquezas ou forças de maneiras inesperadas para desestabilizar e enfraquecer um alvo, e modo mais eficiente para isso no mundo atual é através das mídias digitais.⁵⁶

Com isso, Korybko passa para a “guerra centrada em rede”⁵⁷ utilizando Cebrowski e Gartstka, onde sua estrutura exige três elementos: grades de sensores e de transação – ou engajamento – alimentada por uma espinha dorsal da informação de mais alta qualidade. No

⁵² Ibid., p. 47.

⁵³ Korybko, 2018 apud Bernays, 1928, p. 48-49.

⁵⁴ Ibid., p. 49.

⁵⁵ Ibid., p. 50.

⁵⁶ Korybko, 2018 apud Szafranski, 1994, p. 51.

⁵⁷ Segundo Korybko, essa guerra se diferencia dos conflitos militares tradicionais ao serem mais sociais e priorizando o poder brando e a administração de percepções.

contexto das redes sociais, cada pessoa que participa na revolução colorida atua como um nó, e a influência do movimento aumenta à medida que estes nós interagem primeiro online e depois pessoalmente. Sendo assim, grades de sensores podem ser representados por fontes de informação que mobilizam os indivíduos, a grade transacional é uma estrutura que organiza e sistematiza a ação facilitando a mobilização dos participantes, e a espinha dorsal é a campanha da informação externa.⁵⁸

Outro ponto que Korybko destaca é a “guerra em rede”, classificada como um novo tipo de conflito postulado por Arquilla e Ronfeldt, em que redes sem liderança formal, isto é, desvinculados do Estado, tem o intuito através do uso da Internet de combater com baixa intensidade o *establishment*⁵⁹. Tais redes descritas como difusas, lineares e ambíguas podem incluir três tipos de formação: em cadeia, estrela e multicanal.

Primeiramente, uma rede em cadeia parte de um comando central exterior para sincronizar a desestabilização passando por uma hierarquia até o nó de planejamento, depois uma rede em estrela elabora estratégias e se conecta com nós autônomos e instituições que obtiveram informações para a troca do regime, e por fim as redes multicanal se unem para envolver e mobilizar de forma abrangente a população⁶⁰.

Em seguida, se instaura a chamada “mente de colmeia”, com o objetivo de formar um coletivo – aqui Korybko utiliza da palavra enxame – que cause o caos e perturbe o ciclo de OODA⁶¹ levando ao colapso total, agindo como uma entidade unificada e coordenada para atingir um objetivo em comum. O autor também aponta que:

A finalidade disso tudo é reunir o máximo possível de pessoas que vieram indiretamente a compartilhar das mesmas convicções contra o governo. É imprescindível que esses indivíduos também sejam “programados” por meio das táticas de guerra neocortical reversa para que desejem ativamente provocar a mudança quando a decisão de iniciar a revolução colorida for tomada.⁶²

O autor ainda esclarece que essa mente pode ser chamada de consciência coletiva ou inteligência de enxame dependendo se o grau da sua movimentação é ativa ou passiva. Definida por Piepmeyer, a consciência coletiva é como uma condição em que um indivíduo se percebe como parte de um grupo maior na sociedade. Ela explica que esta consciência é moldada por pressões externas, e, no caso das guerras híbridas, Korybko vê a influência disso em agências de inteligência cujo objetivo é desestabilizar e mudar o regime da sociedade alvo.⁶³ Nesse sentido, a mente de colmeia ainda está em período passível e torna-se ativa

⁵⁸ Korybko, 2018 apud Cebrowski; Garstka, 1998, p. 52-53.

⁵⁹ Korybko, 2018 apud Arquilla; Ronfeldt, 2001, p. 53.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 55.

⁶¹ Definido por John Boyd, o ciclo de OODA nada mais é do que um modelo para aprimorar alguns processos na tomada de decisão. Isto é, *Observar* atentamente a situação, depois *Orientar-se*, *Decidir*, e por fim, *Agir*. Como as guerras híbridas são classificadas como guerras de abordagem indireta, a imprevisibilidade das mesmas acaba desorientando o alvo na sua capacidade de pensar e agir com precisão.

⁶² *Ibid.*, p. 61.

⁶³ Korybko, 2018 apud Piepmeyer, 2007, p. 61.

quando seus participantes se engajam na ação contra o governo, passando então para a inteligência de enxame.

Por último, o autor descreve algumas das táticas não violentas postuladas por Sharp colocadas na prática das revoluções coloridas. Nesse quesito, Sharp clarifica que a luta não violenta costuma ser mais complexa que a violenta, pois é “travada por armas psicológicas, sociais, econômicas e políticas aplicadas pela população e as instituições da sociedade”.⁶⁴

Assim, tem-se um manual de campo para as revoluções coloridas em que Sharp traça ao menos 198 táticas para se rebelar contra um governo e de resistência. As mais comuns estão entre: slogans, caricaturas e símbolos; discursos públicos; desobediência social; boicote às eleições; gestos obscenos; mensagens no céu e na terra; assembleias de protesto; desacetos a autoridade; teatros de guerrilha e etc⁶⁵. Dessa forma, os métodos de Sharp são amplamente utilizados na fase de enxame e fornece a eles formas inovadoras de desestabilizar o estado alvo.

Na sequência, surge o conceito de guerra não convencional, no qual Korybko sustenta que essa forma de guerra não ocorre isolada e espontaneamente; em vez disso, é a continuidade de um conflito já presente na sociedade. Em outras palavras, trata-se de um mecanismo que se desdobra a partir de uma revolução colorida, que, por si só, já é uma semente plantada estrategicamente com a justificativa da busca pela “libertação democrática”⁶⁶.

Essa guerra, diferentemente das revoluções coloridas, segue certas estratégias à risca para fortalecer os seus esforços para a mudança de regime. O autor então enfatiza que a base estratégica dessa guerra se centra na teoria dos cinco anéis de John Warden⁶⁷.

No contexto da guerra não convencional, os praticantes operam de maneira a estarem em todos os lugares e em lugar nenhum ao mesmo tempo, permitindo que ameacem simultaneamente os cinco anéis. Korybko dá o exemplo de que grupos insurgentes têm uma habilidade para atacar as bases do sistema, em seguida a infraestrutura e a população de uma forma muito repentina e sem aviso, antes de se dispersarem de volta entre a população civil, tornando mais difícil para as autoridades distinguir entre civis e combatentes, o que aumenta a capacidade de se aproximarem dos alvos ⁶⁸.

Uma característica particular da guerra não convencional é que ela é essencialmente uma guerra indireta, que embora use métodos convencionais, ela é não linear, dinâmica e

⁶⁴ Korybko, 2018 apud Sharp, 2010, p. 66.

⁶⁵ Korybko, 2018 apud Sharp, 2003, p. 66-67.

⁶⁶ Ibid., p. 73-74.

⁶⁷ A teoria de Warden explica que uma força adversária é mantida em cinco áreas que começam de dentro pra fora. Isto é: liderança, bases do sistema, infraestrutura, população e mecanismos de combate. Warden compara o inimigo a um sistema no qual todas as partes estão interconectadas, em que quanto mais próximo do núcleo, – como a liderança – melhor o ataque será.

⁶⁸ Ibid., p. 78.

caótica, que introduz técnicas em uma transformação constante para desequilibrar seus alvos. Tal abordagem indireta abala o ciclo OODA, com vista a atrasar suas respostas ou reagir de forma apressada aos ataques, aproveitando-se da vulnerabilidade criada para atacar rapidamente.⁶⁹

A posteriori, a guerra não convencional também se utiliza da guerra em rede e da formação de enxames para potencializar sua eficácia. A guerra não convencional se aproveita dos benefícios das redes sociais para expandir sua influência e atrair novos seguidores para ajudar a divulgar suas ações e ideias. Além disso, os grupos participantes dessa guerra podem recrutar indivíduos insatisfeitos com as revoluções coloridas para se engajarem e formar uma união.⁷⁰

Com a formação dos enxames, essa técnica aplicada a guerra não convencional se mostra muito eficaz na capacidade de serem ataques pulsantes que vêm de todas as direções, planejados para serem rápidos, sendo mais sucedidas por conta de elementos táticos como objetivos limitados, armamentos e comunicações adequadas e adaptadas ao terreno e a consciência situacional. Ademais, Korybko enfatiza que a alternância de enxame e dispersão – ou pulsação – permite sustentar uma ofensiva por mais tempo do que um ataque frontal contínuo e permite trocar de alvo dentro de cinco anéis estratégicos, criando o caos para o comando inimigo.⁷¹

Por último, assim como as revoluções coloridas, a guerra não convencional também possui um manual de campo. Vazado em 2012 e publicado na NSNBC Internation, o manual da guerra é conhecido como TC 18-01, um documento de treinamento das Forças Especiais do Exército dos Estados Unidos, que descreve como conduzir operações de combate na guerra não convencional. Todo o preparo dos EUA para a guerra primeiramente se centra em estudos de viabilidade para avaliar as chances de sucesso da operação, o que pode incluir encontros com representantes contra o governo alvo e envio de especialistas a campo para coletar as informações necessárias⁷².

Ademais, o próprio manual de acordo com Korybko menciona que:

Atividades de informação que aumentam a insatisfação com o regime ou governante hostil e que retratam a resistência como uma alternativa viável [são] ingredientes importantes ao esforço de resistência” e registra que “essas atividades podem aumentar o apoio à resistência através de mensagens apelativas que geram simpatia entre as populações”.⁷³

Ainda, o documento aborda operações de apoio à informação militar que podem desde descobrir os principais fatores psicológicos-chave, identificar ações que podem influenciar o comportamento desejado, moldem a opinião pública para apoiar os objetivos da guerra não

⁶⁹ Ibid., p. 79-80.

⁷⁰ Ibid., p. 81.

⁷¹ Ibid., p. 81-82

⁷² Ibid., p. 83-84.

⁷³ Ibid., p. 85.

convencional e contra-atacar as informações falsas do inimigo que possam atrapalhar a missão.⁷⁴

Ademais, para uma guerra não convencional ser bem sucedida, sete fatores são cruciais para o orquestramento sendo eles: liderança; ideologia; objetivos; ambiente e geografia – incluídas também as sociais – ; apoio externo; divisão em fases e timing; e padrões organizacionais e operacionais. Todas essas peças são fundamentais e precisam estar bem definidas antes do início da guerra, pois qualquer pequena mudança poderá levar a resultados diferentes do esperado⁷⁵. Para travar essa guerra, Korybko estabelece três estágios: fase incipiente, guerrilha e guerra de movimento.

Na primeira fase, acontece que a liderança de resistência organiza uma infraestrutura de apoio clandestino e utiliza de técnicas subversivas como a propaganda, boicotes e sabotagens com o intuito de preparar a mente da população, pois o objetivo maior é convencer a mesma a ver a futura guerra de guerrilha aceitável e ganhar seu apoio⁷⁶.

No segundo estágio, a fase da guerra de guerrilha necessita de um evento catalisador para se iniciar, ou seja, uma “fagulha” para desencadear uma crise e incitar a população contra o governo, e que pode envolver ações mais diretas e com o uso da força. Essa fagulha pode ser tanto uma ação governamental controversa, um incidente violento, ou mesmo uma crise econômica ou social que cause descontentamento generalizado⁷⁷.

O último estágio, a guerra de movimento, acontece quando os rebeldes mobilizam as suas forças para desafiar diretamente o governo e tentar derrubá-lo e tomar o poder. Esta fase pode incluir métodos convencionais e não convencionais e é caracterizada por uma tentativa de desestabilizar completamente o governo até ao seu colapso⁷⁸.

Em síntese, os conceitos apresentados por Korybko revelam uma abordagem sofisticada para incitar a troca de regime, evidenciando a interseção entre estratégias políticas, militares e cibernéticas operando como mecanismos de intervenção para servir de interesse geopolítico dos EUA e desestabilizar estados não alinhados com suas políticas.

Todas essas estratégias são intrinsecamente ligadas a um caos construtivo em que a desordem gerada é favorável para uma doutrinação e manipulação utilizando de narrativas e também percepções, destacando a importância de operações psicológicas na condução dos conflitos contemporâneos.

2.2 Caindo aos Poucos no Conto do Vigário

⁷⁴ Ibid., p. 85.

⁷⁵ Ibid., p. 86.

⁷⁶ Ibid., p. 86.

⁷⁷ Ibid., p. 87.

⁷⁸ Ibid., p. 88.

Em meio a esse novo campo de batalha onde palavras e imagens têm mais poder de desencadear tanto caos quanto uma bala, compreende-se que estamos diante de um cenário em que fatos objetivos e a verdade se tornaram maleáveis, dando lugar a narrativas que confirmam suas crenças e preconceitos. Sendo assim, bem-vindos à era da pós-verdade, em que o apelo emocional ofusca a realidade concreta, destacando que o mais importante não é o real, mas sim o que é convincente.

É nesse contexto que o livro *Pós-Verdade* de Matthew d’Ancona examina como chegamos a um ponto em que os fatos verídicos parecem ter perdido seu peso e como isso ameaça o próprio tecido da sociedade democrática, também explorando a influência das redes, o papel da política moderna e as mudanças que permitiram que a verdade se tornasse um conceito descartável.

Assim, a análise de d’Ancona estabelece que as bases das instituições democráticas nessa nova fase de combate tanto político quanto intelectual estão sendo abaladas por uma onda de populismo ameaçador, e a racionalidade está ameaçada pela emoção. Ele demonstra que mais do que nunca a prática política é vista como um jogo de soma zero em vez de disputa entre ideias⁷⁹.

Nesse sentido, d’Ancona esclarece que:

A mentira é parte integrante da política desde que os primeiros seres humanos se organizaram em tribos. Os antropólogos assinalam a importância do engodo em sociedades primitivas, sobretudo, mas não exclusivamente, quando lidavam com forasteiros. Platão atribuiu a Sócrates a noção da “nobre mentira”: um mito que inspira harmonia social e a devoção cívica.⁸⁰

Isso revela – como dito anteriormente no primeiro capítulo – que a mentira está longe de ser uma novidade no meio político já que é uma ferramenta importante para se alcançar objetivos específicos, seja para manter a ordem e a unidade social ou proteger uma comunidade.

Atrelado a isso, também se revela que quando políticos desenvolvem o hábito de mentir, até as democracias mais “sólidas” sofrem danos profundos. Tal ato não apenas enfraquece a credibilidade de um governo, mas envenena o debate público, dificultando a construção de consensos necessários para tentar enfrentar os desafios coletivos. Em última instância, essa cultura de falsidades pode transformar a democracia em um sistema disfuncional, onde a transparência e a responsabilidade são substituídas por interesses pessoais e/ou partidários, comprometendo a longevidade da própria democracia.

É importante pontuar também que as mentiras, manipulações e as falsidades políticas enfaticamente não são o mesmo que a pós-verdade. d’Ancona argumenta que a novidade

⁷⁹ d’Ancona, M. *Pós-Verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News*. São Paulo: Faro Editorial, 2018, p. 19.

⁸⁰ *Ibid.*, p. 32.

agora não é sobre a desonestidade dos políticos mas sim o que o público faz diante a informação e como reage. Sendo assim, “a indignação dá lugar à indiferença e, por fim, à conivência”⁸¹.

Ademais, a partir da obra *A Condição Pós Moderna*, Lyotard trouxe luz à muitas ideias que cercam o pensamento contemporâneo. A partir da era pós-industrial, especialmente nos anos 50, a ciência sofreu mudanças profundas que alteraram o seu caráter, refletindo uma mudança na forma como o conhecimento é legitimado. A crise da ciência, que começou no final do século XIX, levou não só a substituição de antigas ideias científicas, mas também à desintegração das grandes metanarrativas filosóficas e metafísicas que outrora legitimaram a ciência, tais como as narrativas de progresso e emancipação do sujeito⁸².

No contexto pós-moderno, os conceitos centrais da modernidade, como “razão”, “sujeito” e “verdade”, perderam a sua força coesiva e deram lugar a novos quadros teóricos consistentes com a lógica da era cibernética e da era da informação. Assim, Lyotard argumenta sobre o pós-moderno que, “enquanto condição da cultura nesta era, caracteriza-se exatamente pela incredulidade perante o metadiscurso filosófico-metafísico”⁸³.

Essa expressão do Lyotard se conecta diretamente ao fenômeno da pós-verdade pois ambas refletem um ceticismo da nova era com as verdades objetivas. Na era da pós-verdade, esse ceticismo transforma-se numa desconfiança generalizada não apenas das grandes narrativas, mas dos próprios fatos. Quando a confiança em uma verdade partilhada enfraquece, se abre uma porta para narrativas baseadas em emoções, opiniões pessoais e interesses.

A partir desse ponto, a guinada para esse fenômeno acontecer foi principalmente dado com o surgimento das redes sociais. d’Ancona esclarece que a tecnologia digital pôs foguetes auxiliares sob instintos já existentes, que leva o nome de triagem homofílica, isto é, impulso de congregação com aqueles com ideias afins.⁸⁴ Assim:

A mídia social e os mecanismos de busca, com seus algoritmos e *hashtags*, tendem a nos dirigir para o conteúdo de que vamos gostar e para as pessoas que concordam conosco. Muitas vezes, rejeitamos como “trolls” aqueles que se atrevem a discordar. A consequência é que as opiniões tendem a ser reforçadas, e as mentiras, incontestadas.⁸⁵

Nesse sentido, a Internet ganha um peso maior no sentido de que nos tornamos seguros nas nossas próprias bolhas, passamos a aceitar qualquer informação, sendo verdadeiras ou falsas, que correspondem mais às nossas opiniões do que nas evidências empíricas. Esse terreno tecnológico agora permite que a mentira viaje muito mais rápido em comparação aos

⁸¹ Ibid., p. 34.

⁸² Lyotard, J. F. *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio, 12ª ed., 2009, p. 11.

⁸³ Ibid., p. 12.

⁸⁴ d’Ancona, op. cit., p. 53.

⁸⁵ Ibid., p. 53.

meios de comunicação anteriores, definindo assim, segundo d’Ancona, que a web é o vetor definitivo da pós-verdade, exatamente porque é indiferente à mentira, à honestidade e à diferença entre os dois.⁸⁶

Tal inclinação que foi construída da informação com base nas nossas crenças se apoia na chamada “assimilação tendenciosa”, ou seja, avaliamos a ambiguidade à luz de convicções pré existentes. d’Ancona utiliza o exemplo da crença religiosa como uma dessas predisposições. O autor argumenta que quando a religião entra em conflito com a ciência, por exemplo, frequentemente o resultado será que a fé vai prevalecer. Isso se revela com as descobertas de pesquisas evolucionistas que, quanto mais se aprofundam e ficam em evidência, a teoria criacionismo se estrincheira⁸⁷.

Dessa forma, com um cenário em que a verdade e os fatos empíricos perdem força e as crenças pessoais ganham destaque, as narrativas se tornam então fios condutores na cooperação de mudança da realidade, deixando de ser simples relatos e passando a ser lentes das quais interpretamos fatos e eventos, estruturadas de sentido que conferem coerência ao caos informacional. Na era da pós-verdade, a objetividade perde espaço para essas versões de histórias que se alinham com as emoções pessoais, transformando o debate público em uma disputa por persuasão, não por verdade.

Atrelando essa perspectiva ao exemplo do contexto brasileiro, o jornalista Luciano Trigo oferece uma visão acerca da guerra de narrativas, que ainda opera no país e tornou-se uma disputa visível por uma polarização que se radicalizou e criou uma “narrativa de Brasil”⁸⁸. O jornalista argumenta, em primeiro plano, que nos últimos anos o Brasil ficou marcado por uma politização insana que envenenou e separou o país, onde a população brasileira criou um sentimento generalizado de que alguma coisa deu muito errado. Desde as famosas Jornadas de Junho até o momento presente, as interpretações que fazem parte da política não estão mais pautadas na realidade, mas sim em narrativas⁸⁹.

Nesse sentido, ele esclarece que não foi o Brasil que entrou em colapso, mas a narrativa de um Brasil, uma história que fez com que se instaurasse uma “ficção de consenso” laboriosamente fabricada ao longo das décadas, ultrapassando a questão partidária. Hodiernamente, vivemos em um cenário de histeria coletiva na qual a maior disputa primeiramente se baseava na luta entre o “nós” e “eles”, mas agora passando para uma guerra de “todos contra todos” que são, nas palavras de Trigo: minorias contra minorias; gêneros contra gêneros; raças contra raças; sexualidades contra sexualidades; esquerdas contra

⁸⁶ Ibid., p. 55.

⁸⁷ Ibid., p. 65.

⁸⁸ Trigo, L. Guerra de Narrativas: a crise política e a luta pelo controle do imaginário. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2018, p. 12.

⁸⁹ Ibid., p. 12.

esquerdas; direitas contra direitas; elite contra as elites; o povo contra o povo⁹⁰. Agora, não adianta ficar fora dessa guerra pois ela tomou todos os espaços de existência, e as opiniões sobre todo e qualquer assunto se radicalizaram intensamente. Trigo enfatiza que:

Nesse cenário, os grupos em disputa investiram e continuam investindo muito mais energia na desqualificação moral e na deslegitimação do adversário – associado à corrupção ou ao golpismo, conforme o ponto de vista, mas também à intolerância e a diferentes formas de preconceito – do que em defender a agenda particular. Mais do que triunfar as próprias ideias, o objetivo é a destruição do outro.⁹¹

Dessa forma, isso transforma o espaço público em um campo minado onde diferenças ideológicas se tornam intransponíveis, e o diálogo praticamente inviável. Diante disso, surge a necessidade de compreender melhor o conceito de narrativa e seu papel central tanto no cenário brasileiro quanto no mundo.

O primeiro aspecto que Trigo aponta seria reconhecer que todas as narrativas são parciais e que todas contêm verdades e mentiras, distorções e omissões, deliberadas ou inconscientes, motivadas pela inocência ou pelo cinismo. As narrativas são, então, decalques da realidade, ficções mais ou menos verossímeis sobre essa realidade, que atendem a determinados interesses em detrimento de outros ⁹².

A força das narrativas reside então na sua capacidade de simplificar a complexidade do mundo e de oferecer um senso de pertencimento a quem as adota, fornecendo explicações que influem no emocional de uma dada população e também nas suas mentes. Toda a disputa nos dias atuais se dá pelo controle do imaginário da população, ou daquilo que se costuma chamar de opinião pública, eixo fundamental em qualquer governo, seja ele de esquerda, centro ou direita⁹³. Assim:

A guerra de narrativas é uma estratégia adotada, fundamentalmente, para se manter a ordem estabelecida, para se construir e consolidar uma nova hegemonia, já que é o grupo que está no poder quem detém os recursos e as ferramentas necessárias para mobilizar e influenciar o imaginário coletivo da população. A forma como um governo narra o que fez e faz e os meios de que dispõe para buscar obter o consentimento da sociedade e persuadir a opinião pública a apoiá-lo são os componentes fundamentais dessa guerra, que é, por natureza, desequilibrada.⁹⁴

Nesse sentido, é crucial lançar um olhar sobre a teoria de Freud em relação a psicologia das massas para entender como as narrativas se tornam tão poderosas na contemporaneidade. Na sua obra de mesmo nome – *Psicologia das Massas e Análise do Eu* –, Freud descreve a massa como altamente influenciável, acrítica e emocionalmente exaltada, características essas que ressoam fortemente com o modo como as narrativas são propagadas e absorvidas. Para a massa, segundo Freud, não há espaço para dúvidas ou incertezas; ela se move por emoções intensas sem medir a realidade de forma racional. O psicanalista afirma

⁹⁰ Ibid., p. 12.

⁹¹ Ibid., p. 12.

⁹² Ibid., p. 14.

⁹³ Ibid., p. 17.

⁹⁴ Ibid., p. 24.

que: “inclinada a todos os extremos, a massa também é excitada apenas por estímulos desmedidos. Quem quiser influir sobre ela, não necessita medir logicamente os argumentos; deve pintar com as imagens mais fortes, exagerar e sempre repetir a mesma coisa”⁹⁵. Tal aspecto da visão freudiana oferece base para a guerra de narrativas, pois as mesmas buscam oferecer uma figura de poder ou uma ideia que legitima o medo, o ódio ou a rejeição ao “outro”, alimentando um senso de realidade compartilhada e de força coletiva.

Cabe observar a teoria de Trigo sobre a guerra de narrativas, quando esclarece que a mesma se difere da guerra da informação – que tem sido amplamente estudada a muito tempo para entender conflitos que envolvam a mídia –, e que a primeira está mais voltada para a mentalidade coletiva. O autor então diferencia a guerra de informação da guerra de narrativas nos ajudando na compreensão desses fenômenos com os seguintes apontamentos:

Na primeira, agentes políticos e econômicos manipulam a opinião pública por meio da mídia, adulterando ou omitindo informações para controlar o fluxo de dados e enganar o público, que é um receptor passivo. O foco todo nessa guerra está nos veículos de comunicação. Já na guerra de narrativas, todos somos agentes e vítimas, pois ela opera nas mentalidades, utilizando emoções e sentimentos para cooptar e persuadir as pessoas. Essa guerra visa conquistar a alma dos indivíduos, apelando ao emocional e criando lealdades incondicionais que se sobrepõem até aos laços pessoais.⁹⁶

Portanto, embora a guerra de narrativas lance mão de procedimentos similares aos da guerra de informação, ela vai além da mentira e da manipulação de dados. Toda sua natureza se baseia em seduzir, cooptar, constranger e intimidar. Trigo ainda argumenta que essa guerra fomenta um ambiente em que o “outro” deve se sentir envergonhado por não pensar como “nós” e deve temer a ameaça de exclusão social.⁹⁷

Essa dinâmica se esclarece bem nas questões e implicações ideológicas entre esquerda e direita. Ambos os lados nos dias atuais constroem suas narrativas em âmbitos completamente diferentes que reforçam essa ideia de exclusão, de pertencimento, e ainda a visão de “nós estamos certos”. Enquanto a esquerda tece suas narrativas em ideais como justiça social, igualdade e progressismo, e a direita articula discursos em defesa de tradição, da ordem e dos valores conservadores, é notável que o conflito dessas visões não se dá mais em um espaço de debate racional, mas em campo identitário e emocional. Cada lado reforça sua narrativa como moralmente superior, intensificando a polarização e faz com que o “outro” seja visto não apenas como alguém que discorda, e sim como um inimigo, corroborando para o antagonismo e para a fragmentação social.

⁹⁵ Freud, S. *Psicologia das massas e análise do eu e outros textos* (1920-1923). Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011, p. 19.

⁹⁶ Trigo, op. cit., p. 47-48.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 50.

2.3 Da Racionalidade à Confusão

Diante das transformações significativas no campo da comunicação e na formação das percepções coletivas, torna-se imprescindível discutir as nuances do que se pode chamar de opinião pública, um conceito central na teoria de Jürgen Habermas acerca da esfera pública. Apesar das críticas e revisões subsequentes de suas ideias, tanto por parte de outros acadêmicos quanto pelo próprio Habermas, alguns aspectos de sua concepção original permanecem fundamentais. É importante destacar que as raízes de sua análise partem da ideia da esfera pública como uma categoria histórica específica da sociedade burguesa, em que seu público, formado com uma junção de pessoas privadas e altamente letrado, teria um espaço para discutir e formar opiniões de interesse comum.

Inicialmente, se discute a complexidade dos conceitos de “público” e “esfera pública” ao longo da história. O “público” pode significar várias coisas diferentes, como por exemplo, o Estado é o “poder público” pois sua tarefa se centra em cuidar do bem comum; mas também se fala em “recepção pública”, que remete a reconhecimento social. A esfera pública nas sociedades modernas refere-se ao espaço onde se forma a opinião pública, que tem uma função crítica, um público que julga e aquilo que é posto à prova ganha publicidade.⁹⁸

Habermas salienta que a noção de opinião pública é baseada na racionalidade, inerente à condição do ser humano, e colocada a uma ideia de reputação, pautada no julgamento e questionamento, sendo importante no controle do exercício do poder público. No entanto, com o advento das comunicações em massa, o conceito da publicidade sofreu uma transformação. Nesse novo momento, a publicidade deixa de ser um instrumento que serve a formação de opiniões críticas e a *public relations* – relações públicas – entram em cena como um conjunto de esforços voltados para produzir a visibilidade da publicidade, fazendo com que um tema em específico se torne o centro das atenções do público.⁹⁹ Com isso, é relevante ressaltar a concepção de Habermas sobre a esfera pública política e o comportamento do eleitorado.

Primeiramente, o autor traça uma evolução do quanto a esfera pública política decaiu, em que antes, essa esfera era vista como sendo de participação contínua mediante razões expressas. Agora, parece ter perdido sua essência e se tornado uma tarefa formal para partidos políticos, que criam periodicamente uma esfera pública simulada para atender às necessidades eleitorais.¹⁰⁰

⁹⁸ Habermas, J. Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. Trad. Denilson Luís Werle. São Paulo: Editora Unesp, 1º ed., 2014, p. 93-94.

⁹⁹ Ibid., p. 95.

¹⁰⁰ Ibid., p. 447.

A comunicação política é outro ponto essencial na discussão, no que se refere à participação do eleitorado e a formação da opinião pública. Habermas argumenta que, apesar de existirem aquelas pessoas mais informadas e engajadas frequentemente que participam das discussões políticas, elas tendem a ratificar suas próprias crenças e influenciar, no máximo, os indecisos e menos participativos. Esse ato demonstra que essas discussões não contribuem significativamente para uma formação de opinião pública mais ampla, mas se centra em grupos fechados reforçando um clima homogêneo de opinião¹⁰¹. Assim, segundo Habermas:

[...] aqueles que, com base em sua disposição, se afastam mais decididamente de uma opinião pública formada na discussão são normalmente os primeiros a permitir que sua concepção seja influenciada - mas por meio de uma esfera pública produzida demonstrativa e manipulativamente pelos organizadores da eleição.¹⁰²

Nesse quesito, Habermas faz uma crítica no que diz respeito a destruição do público eleitor que se revela na imobilização de uma grande parte do eleitorado, dividido em dois grupos: ativos e passivos. O primeiro seria descrito como uma pequena parcela da população que inclui membros de partidos, organizações sociais e eleitores bem informados que participam ativamente do processo político. Já no segundo grupo, o mesmo seria composto pela maioria da população, cujas decisões políticas são fixadas por estereótipos e atitudes profundamente enraizadas, muitas vezes baseadas em experiências históricas transmitidas por gerações e tendem a não se envolver profundamente nas controvérsias políticas cotidianas¹⁰³.

O autor alemão ainda faz menção sobre as diferenças de grupos bem distintos da sociedade e como isso tem peso na tomada de suas decisões políticas. Isto é:

Grupos com idades diferentes deixam-se conduzir por grupos específicos de algumas gerações, grupos confessionais e étnicos distintos são guiados por suas próprias experiências, de modo que, em decisões eleitorais formalmente iguais, entram impulsos volitivos materialmente bem heterogêneos e, muitas vezes, concorrentes, que acabam se condensando em um consenso fictício tanto mais rapidamente quanto mais seus pressupostos não discutidos permanecem fora da comunicação pública. Entre os blocos imobilizados estão ou oscilam grupos de eleitores não definidos, que se compõem em parte por comprometentes e em parte por eleitores neutros, ambivalentes ou apáticos. Dependendo da acuidade com que se formulam os critérios, esse grupo varia entre um quarto e quase a metade dos que têm direito a voto.¹⁰⁴

Nesse prisma, é notável na política dos dias atuais que esses grupos de eleitores mais indecisos ou apáticos são visados pelos partidos políticos que preferem mobilizá-los não por meio de esclarecimento baseados em objetivos programáticos, mas sim por técnicas de marketing político que se ajustam a essa postura apolítica desses eleitores.

Com isso, Habermas salienta a transformação da esfera pública política destacando também que a propaganda e o marketing político assumiram um papel importante na era da comunicação, em que se fez um esforço para moldar a esfera pública de maneira a tornar a

¹⁰¹ Ibid., p. 451.

¹⁰² Ibid., p. 451.

¹⁰³ Ibid., p. 452.

¹⁰⁴ Ibid., p. 452.

política mais parecida com o mercado de consumo. O autor destaca que:

A propaganda é a outra função que assumiu uma esfera pública dominada pelos meios de comunicação de massa. Por isso, os partidos e suas organizações auxiliares se veem obrigados a influenciar de modo publicitário as decisões eleitorais, em analogia com a pressão dos anúncios comerciais sobre as decisões dos consumidores - surge a indústria do marketing político. Os agitadores partidários e os propagandistas ao velho estilo são substituídos pelos especialistas em propaganda, neutros em relação à política partidária, que são empregados para vender política de modo apolítico. [...] As resistências, que em alguns partidos só foram rompidas depois de diversas derrotas eleitorais, revelam que os que conduzem as eleições não só tomam conhecimento do desaparecimento da esfera pública política autêntica, como também precisam eles mesmos impulsioná-la com plena consciência. A esfera pública política produzida temporariamente reproduz, embora com outras finalidades, a esfera cuja lei é prescrita por aquela cultura de integração. O âmbito político também é integrado psicologicamente e socialmente ao âmbito do consumo¹⁰⁵.

Dessa forma, tem-se uma comercialização da política e a perda de uma esfera pública onde o debate genuíno e racional deveria ocorrer, e o que resta é a superficialidade e manipulação na formação da opinião pública em uma sociedade de consumo. Portanto, a desintegração do eleitorado como um público consciente e politicamente engajado acaba se revelando ainda mais quando os meios de comunicação de massa se tornam veículos de propaganda. Habermas discute que esses meios agora tem um impacto limitado, pois sua função não é mais para fomentar um debate, mas para alcançar um público com pouca capacidade crítica e, segundo ele, “um vocabulário médio de quinhentas palavras”, explicitando que as campanhas políticas estão voltadas para uma simplificação das ideias¹⁰⁶.

Por último, Habermas discute que em vez de uma opinião pública genuína, o que se forma é uma disposição para aclamar líderes e políticas sem questionamento. Isso é possível devido a um cálculo sociopsicológico cuidadoso no qual os apelos políticos são dirigidos ao inconsciente das pessoas, manipulando suas emoções e reações previsíveis, funcionando apenas como símbolos de identificação emocional que visam criar um sentimento de lealdade ao líder ou ao partido, sem conexão com um debate racionalizado. Nessa perspectiva, a popularidade do líder ou da equipe de governo se torna o principal foco. O chamado “índice de popularidade” serve como um indicador de quão bem o governo controla a “opinião não pública” da população – manipulada através das técnicas de marketing¹⁰⁷.

Dessa maneira, a compreensão de Habermas a respeito da opinião pública ainda se faz relevante nos dias atuais. A onda das redes sociais e técnicas mais elaboradas do marketing evidencia que, em detrimento dos debates aprofundados e racionais, agora o que impera é a superficialidade e os apelos emocionais que distanciaram os cidadãos e a política, segmentando-os e sem abrir espaço para o diálogo aberto e o confronto de ideias.

2.4 A Ponte com as *Fake News*

¹⁰⁵ Ibid., p. 455-456.

¹⁰⁶ Ibid., p. 457.

¹⁰⁷ Ibid., p. 457-458.

A ascensão das *fake news* e as proliferações das mesmas têm se tornado um desafio significativo na era digital, onde a integridade da informação e a formação da opinião pública enfrentam novas e complexas ameaças. Com isso a ideia da guerra híbrida, da era pós-verdade, guerra de narrativas e a opinião pública se conectam com as *fake news* especialmente no que diz respeito às dimensões da propaganda, da desinformação e operações psicológicas que visam manipular a população alvo.

Nesse novo tipo de guerra – guerra híbrida –, o uso coordenado de diferentes formas de poder, incluindo o militar, cibernético, informativo e econômico torna-se uma ferramenta útil para atingir objetivos de dominação. As *fake news* entram no jogo funcionando como uma arma sutil de manipulação, no sentido de fomentar crises sociais gerando polarizações políticas e desestabilizando seus alvos, criar essas narrativas distorcidas e alimentar descontentamentos, de modo a moldar a realidade de acordo com os interesses de quem a produz. Como uma arma que faz parte de operações psicológicas, ela é eficaz na construção dos medos, fortalecer preconceitos e de criar essa ilusão de legitimidade que encontra força nas táticas de propaganda usada pelos seus atores, a medida em que essas campanhas cheias de desinformação são projetadas para parecerem autênticas.

O ambiente da Internet se tornou o principal meio para sua propagação, funcionando como parte de um sistema de influência em rede que amplifica rapidamente o alcance de informações distorcidas. As redes sociais então se tornam grades de sensores, tal como descritas por Korybko, onde cada indivíduo conectado se torna um nó na disseminação das *fake news*.

De acordo com Soeiro, Araújo e Matos, as *fake news* funcionam como um vírus, ou seja, “uma abordagem indireta para contaminar as massas com ideias distorcidas por meio de um processo de produção e disseminação de ideias ou ideologias em que o seu conteúdo simbólico é (re)forçado através de uma matriz informacional, adquirindo assim a forma determinada e aceita pelo receptor”¹⁰⁸. Isso implica dizer que as *fake news* são programadas para uma mudança na visão de mundo dos receptores, bem como apelar para ideias que sejam compatíveis com as crenças dos indivíduos.

Ao operarem de forma deliberada para confirmar as crenças pré existentes, a era da pós-verdade surge para ofuscar a realidade concreta apelando para o emocional. A política hoje se caracteriza pela tentativa de destruição dos adversários e a mentira contada por políticos se transformou em algo inevitável. A indiferença da população se concretiza em algo “natural” para a política, refletindo nas democracias que são corroídas por essa indiferença à

¹⁰⁸ Soeiro, T. M., Araújo, J. G. N., Matos, F. J. S. Guerras Híbridas e Fake News: A escalada da autoverdade. Recife: Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais, vol. 9, 2020, p. 63.

verdade, comprometendo sua transparência. Tem-se as narrativas empregadas para manipular a sociedade, onde elas são moldadas para atender a interesses específicos e atuam como lentes pelas quais interpretamos a realidade e ao invés de serem pautadas no real, e que servem como ponto chave das *fake news* para consolidar um senso comum a uma dada ideologia.

No processo de manipulação e desinformação na política é fato que as redes sociais amplificam o processo de fragmentação do público e da opinião pública. Com o marketing e publicidade substituindo o debate crítico pela apelação, essa estratégia, juntamente com as *fake news*, criam câmaras de eco, em que o discurso simplificado, polarizações e os conteúdos sensacionalistas circulam em questão de segundos favorecendo a formação de bolhas informacionais, que grupos específicos de usuários as consomem e reforçam seus vieses pré existentes sem qualquer contato com contrapontos ou trocas de ideias.

Dessa forma, as *fake news* representam uma ameaça significativa à integridade dos processos democráticos, minando a capacidade dos cidadãos de participar de forma consciente nas decisões políticas. É nesse momento que as eleições presidenciais de 2022 ilustram esses perigos e como as mesmas se moldam às dinâmicas políticas e sociais do momento. Assim, o segundo turno das eleições no Brasil servem como um momento decisivo na história do país e um marco para análise e tipologia das *fake news*, que serão discutidas no próximo capítulo.

CAPÍTULO III

TUAS IDEIAS NÃO CORRESPONDEM AOS FATOS

3.1 O Terreno Fértil do Twitter (X)

Constituindo-se como parte essencial da maioria dos seres humanos hoje, as mídias digitais revolucionaram o modo como as pessoas se comunicam e acessam informações, mudando de maneira rápida e para sempre a dinâmica tanto social quanto política ao redor do mundo. Plataformas como Facebook, Instagram e YouTube deram voz a milhões de indivíduos e organizações, permitindo a exposição constante de conteúdos, desde opiniões pessoais a grandes eventos. Porém, é com a plataforma do Twitter que toda essa transformação tem o seu auge.

O Twitter, agora chamado de X após a plataforma ser comprada pelo bilionário Elon Musk, tem sua natureza conhecida por ser uma rede social que permite compartilhar mensagens curtas – os tweets – com uma audiência global e normalmente seguindo uma ordem cronológica, facilitando o acompanhamento de notícias e eventos em tempo real. A plataforma foi lançada em março de 2006 por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass nos Estados Unidos. A ideia era criar uma plataforma que pudesse compartilhar mensagens a qualquer momento do dia para grupos de pessoas de maneira semelhante a enviar mensagens de textos. Originalmente, a rede era usada somente por funcionários da Odeo, empresa onde os donos da plataforma trabalhavam, e com o intuito de comparar as mensagens de texto enviadas ao canto dos pássaros, a rede foi nomeada como “twtr” e só após seis meses que o nome foi alterado para Twitter ¹⁰⁹.

A partir de julho de 2006, a versão da rede foi apresentada ao público e a plataforma começou a se engajar rapidamente recebendo até 20 mil tweets por dia. Em 2007, após a conferência interativa South by Southwest – SXSW – no Texas. Depois do sucesso da rede o Twitter passou a ser uma empresa própria, com Dorsey como CEO, e o número ultrapassou a marca de 60 mil tweets diários, fazendo com que a companhia recebesse seu primeiro financiamento de US\$ 5 milhões de dólares, e nos anos seguintes, US\$ 20 milhões de dólares. O site de microblog se tornou febre e atingiu sua popularidade numa velocidade absurda, e a partir de 2008 a plataforma chegou a atingir 300 mil por dia até chegar a 50 milhões de tweets diários em 2010 ¹¹⁰.

Dessa forma, o Twitter conta com um serviço que permite enviar mensagens contendo

¹⁰⁹ História do Twitter: da origem da rede social até a compra por Elon Musk. São Paulo: Meio e Mensagem, 2022, n.p.

¹¹⁰ *Ibid.*, n.p.

até 140 caracteres – atualmente passando para 280 –. As mensagens são distribuídas para um grupo de pessoas por meio da adição de um usuário de acordo com sua área ou tema de interesse, podendo ser enviadas ou recebidas em computadores desktop, laptops e celulares.

Segundo Alves:

Uma característica marcante do Twitter é a propagação de ideias e opiniões por parte de qualquer pessoa, ultrapassando barreiras culturais, educacionais, sociais, nacionais etc. Outra particularidade do Twitter é a rapidez com que se publicam mensagens, pois é possível divulgar informações e notícias com uma agilidade que supera os meios de comunicação tradicionais. [...] Muitos usuários do Twitter investem tempo e esforços na divulgação de informações para seus seguidores, sendo que suas mensagens – tweets –, muitas vezes, são acompanhadas de hiperlinks que levam os leitores – seguidores – a um site, vídeo, podcast ou foto que fornece mais detalhes sobre o que é informado nos 140 caracteres ¹¹¹.

Ou seja, a rede foi pensada para compartilhar ideias de forma livre e sem barreiras, tornando a plataforma um meio ágil e dinâmico que supera a imprensa tradicional na rapidez de compartilhamento, funcionando tanto como canal de comunicação instantânea quanto ponto de partida para explorar notícias mais detalhadas e movimentos sociais, a exemplo da Primavera Árabe e Black Lives Matter. Nos anos que se seguiram e com o número crescente de usuários na rede social, a informação começou a ser disseminada de forma ampla e esse aspecto tem profunda relação – pelo menos nos primeiros anos – com a qualidade das informações recebidas. Em uma pesquisa realizada por Recuero e Zago, elas argumentam que:

Em uma pergunta de múltipla escolha, quando solicitados a explicitar como utilizavam suas contas no Twitter, 73% dos respondentes apontaram “publicar informações que penso que serão úteis para meus seguidores”, enquanto 65,2% também apontaram que “publicar links interessantes” era um uso frequente. A preocupação com a relevância das informações publicadas está diretamente relacionada à busca por reputação, que também pode ser construída por meio da difusão de informações. Nesse sentido, outro elemento importante observado foi o fato de que a maioria (69,6%) dos usuários afirma que frequentemente observa links e informações sendo repetidas por outros twitters e 88,3% reconheceram que também repassam informações que consideram importantes para suas redes ¹¹².

Ademais:

A busca pela reputação também está relacionada com a qualidade das informações divulgadas no sistema. 94,2% do total de respondentes afirmaram que costumam clicar nos links que são divulgados por sua rede, indicando um alto nível de credibilidade e interesse nas informações, o que mostra seu valor para a rede social e seu impacto na reputação de quem as publica ¹¹³.

Isso explicita que nos primeiros anos de plataforma, os usuários prezavam e valorizavam informações que fossem úteis e relevantes, sobretudo checar a qualidade das informações que compartilhavam para outras pessoas, contribuindo para uma boa reputação na rede pois o compartilhamento de informações confiáveis contribuía para aumentar a credibilidade de quem as divulgava.

¹¹¹ Alves, C. D. Informação na twitosfera. Campinas: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, vol. 9, n. 1, 2011, p. 99-100.

¹¹² Recuero, R., Zago, G. Em buscas das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter. São Paulo: Líbero, v.12, n.24, 2009, p. 86.

¹¹³ Ibid., p. 86.

A popularidade entra no jogo como uma ferramenta para se conquistar uma reputação sólida. Aqueles que constantemente compartilham conteúdo que podem ser relevantes ou do interesse de seus seguidores acabam ganhando notoriamente uma visibilidade maior e alcançando outras contas. Isso resulta em maior engajamento, com mais curtidas, retweets – funcionalidade que permite partilhar os tweets de outros usuários no seu perfil para promover o original e alcançar um público maior – e respostas, fortalecendo sua posição na plataforma. Assim, de acordo com Ribeiro e Silva:

Quando ter visibilidade é um dos maiores reflexos de influência dos tempos atuais é natural que perfis utilizem equipes e ações promocionais de impulsionamento na plataforma Twitter para obter mais seguidores e mais aparições dentro da rede. Assim, a visibilidade anda lado a lado com a popularidade, estimulando a audiência, afirmando a influência e imprimindo autoridade – propriedades favorecidas pelos seus apoiadores.¹¹⁴

Isso reflete na compreensão de Han quando o mesmo fala sobre a era digital romper com a mediação tradicional da informação. Antes, jornalistas e outros profissionais eram vistos como figuras centrais que transmitiam as notícias para a sociedade, quase como “sacerdotes” que guiavam o entendimento público. Hoje, cada um pode produzir e compartilhar informações como bem entender sem depender dessas figuras intermediárias, e a mídia digital acabou dissolvendo até certo ponto essa antiga “elite”, tornando os mesmos menos relevantes ou até antiquados¹¹⁵.

Outrossim, destaca-se que a linguagem é o ponto chave para a popularidade de tweets, em que podem ser empregadas visões e ideais políticos pautados em discursos progressistas ou mais conservadores. A partir dos dias atuais, principalmente no Brasil, a rede do Twitter se transformou radicalmente em um terreno fértil para declarações de ódio, atacar e ridicularizar aqueles que discordam de suas opiniões, bem como serviu de palco para diversas *fake news* que empobreceu o debate intelectual, prejudicando na construção de um consenso que auxiliasse o progresso do país.

É com esse entendimento que, no segundo turno das eleições presidenciais de 2022, o Twitter se tornou um campo de intenso conflito em que a polarização ideológica atingiu novos patamares com a disputa acirrada de Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Messias Bolsonaro. As campanhas na reta final de decidir o futuro do país foram carregadas de discursos inflamados, acusações infundadas, bem como empregadas estratégias de desestabilização pelos seus apoiadores através das *fake news*. Nesse prisma, foi realizada uma coleta de dados na própria rede do Twitter, a fim de realizar uma análise de discurso das *fake news* nesse período do segundo turno, bem como fazer uma tipologia para identificar sua natureza e como são construídas para tentar influenciar a opinião pública brasileira.

¹¹⁴ Ribeiro, H. S. G., Silva, I. M. R. O Twitter como plataforma da produção simbólica do campo conservador. Bahia: Enecult, 18ª edi., 2022, p. 5.

¹¹⁵ Han, B. C. Perspectivas do digital. Trad. Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018, p. 37.

3.2 Anatomia da Mentira: Classificação e Tipologia

Na geração de conhecimento científico, especialmente no campo das ciências sociais, a escolha do método de investigação é um dos aspectos mais importantes e críticos para garantir a qualidade e profundidade dos resultados obtidos. Cada método possui características que determinam como um fenômeno é estudado e como o pesquisador pode interpretar os dados coletados. Neste contexto, os métodos qualitativos caracterizam-se pela sua capacidade de proporcionar uma compreensão mais abrangente e detalhada dos fenômenos sociais, indo além do superficial e explorando o significado das experiências humanas no seu contexto específico. Esses métodos permitem uma análise detalhada das relações sociais, da dinâmica cultural e do comportamento dos indivíduos.

Segundo Demo, a metodologia torna-se fundamental porque originalmente significa o estudo dos caminhos e instrumentos usados para se fazer ciência. É uma disciplina instrumental que serve à pesquisa e ajuda os pesquisadores a escolher os métodos mais adequados. Contudo, a metodologia também desempenha um papel reflexivo quando se trata de questionar criticamente os limites da ciência e isto inclui examinar a capacidade de conhecer e a capacidade de intervir na realidade¹¹⁶.

No âmbito das ciências sociais, essa reflexão é ainda mais pertinente porque o fenômeno ideológico está indissociavelmente ligado ao sujeito e ao objeto de estudo. A própria realidade social é de natureza ideológica, fruto de um contexto histórico em que é visível a unidade dos opostos, moldada por atores políticos que, mesmo que quisessem, não poderiam ser neutros. Portanto, nem a história nem os indivíduos que atuam na sociedade são neutros, pois todos estão integrados em contextos ideológicos¹¹⁷. Assim, os métodos qualitativos são importantes para ajudar a descobrir como as ideologias influenciam a construção da realidade social, examinando as percepções e os significados atribuídos às entidades.

A partir disso, é essencial destacar como esses recursos podem ser aplicados na análise de fenômenos contemporâneos, como as *fake news* em tempos de eleição. Para investigar esse fenômeno no contexto brasileiro, a utilização da análise do discurso – um dos vários métodos qualitativos – foi escolhido como instrumento metodológico por permitir uma análise detalhada da construção discursiva dessas informações e das implicações ideológicas por trás delas.

Com isso, nesta seção serão explicitadas algumas das *fake news* coletadas através do

¹¹⁶ Demo, P. Metodologia em ciências sociais. São Paulo: Editora Atlas, 3ª ed., 1995, p. 11.

¹¹⁷ Ibid., p. 19.

recurso de busca avançada na própria plataforma do X, utilizando palavras-chave relacionadas às eleições de 2022, como “Lula”, “Bolsonaro” e “eleições”. A coleta se centrou no período do segundo turno das eleições, iniciado em 02 de outubro de 2022, e foi até o dia 30 de outubro do mesmo ano. A partir desse recorte temporal, buscamos identificar as *fake news* que tiveram maior alcance no X, ou seja, aquelas que alcançaram um número significativo de interações, como curtidas, compartilhamentos e comentários, sendo esses os critérios para a escolha das *fake news* deste trabalho. Para cada uma delas, será realizada uma tipologia que visa classificá-las em diferentes categorias. Posteriormente, será feita uma análise qualitativa de discurso para examinar a construção da linguagem, os significados subjacentes, e os contextos históricos e sociais abordados nessas *fake news*.

A AD ou análise do discurso – pautada na vertente francesa – é marcada por uma face ideológica e uma discursiva, ou seja: a AD está ligada a ideia de que a linguagem consiste em uma materialidade da ideologia e essa ideologia se manifesta na língua pois, de acordo com Rocha, Silva e Oliveira, “não há discurso sem sujeito, sujeito sem ideologia, nem sujeitos e sentidos estão completos. O discurso é o lugar possível no qual se observa esta relação entre língua e ideologia”¹¹⁸. Ressalta-se ainda que essa ideologia não é percebida como uma série de representações, uma visão do mundo ou uma ocultação da realidade, mas como um “efeito da necessária relação do sujeito com a linguagem e a história”¹¹⁹. Com isso, tal combinação permitirá um entendimento mais profundo dos padrões e estratégias usados para disseminar mentiras no período eleitoral.

O primeiro ponto, seguindo a mesma narrativa que se teve no primeiro turno, seria o de que as urnas eletrônicas estariam sendo fraudadas para favorecer um dos candidatos. A exemplo de como foi difundida essa notícia no X – antigo Twitter –, tem-se os seguintes tweets:

“Lula só perde a eleição para o Bolsonaro, se as Urnas não ajudarem, elas foram preparadas pelo TSE, para o Lula ganhar, com ajuda de todas empresas militantes a esquerda, STF e as suas narrativas mentirosas que hoje chamam de fake news. Se o Lula perder é o decreto do fim do PT”.

“Eu acho que Bolsonaro tem que empenhar no sistema eleitoral, contratando empresa para fazer auditoria das urnas, caso contrário não vai adiantar ficar nas 4 linhas, já está programada para vitória do Lula, não importa essa multidão de gente, ele vai perder as eleições”.

¹¹⁸ Rocha, L. T., Silva, G. P., Oliveira, G. S. Metodologia de pesquisa científica: análise do discurso - conceitos e possibilidades. Monte Carmelo: Cadernos da Fucamp, v. 21, n. 53, 2022, p. 219.

¹¹⁹ Ibid., p. 219.

As duas *fake news* explicitam uma operacionalização chamada de fabricação de notícias, ou conteúdo fabricado, em que o intuito de sua construção é 100% falso e visa causar algum mal e desinformar o público. Segundo Tandoc Jr, Lim e Ling, essas fabricações não têm uma base factual, mas sua criação se pauta em criar uma legitimidade e seus produtores não agem de boa fé, bem como são motivados por questões econômicas ou políticas.¹²⁰

A análise do discurso do primeiro tweet revela a crença em uma conspiração envolvendo as instituições do TSE e STF e a mídia, que supostamente favorecem Lula nas eleições. O enunciado está inserido em uma formação discursiva¹²¹ – conceito que tem relação com AD – de desconfiança e o sujeito adota um ponto de vista ideológico que coloca o PT e suas alianças como manipuladoras. A acusação sem provas de que as urnas eletrônicas foram manipuladas pelo TSE para garantir a vitória de Lula e a afirmação que o STF e empresas militantes estão “ajudando” Lula com “narrativas mentirosas” chamadas de *fake news*, explicitam uma declaração sensacionalista que cria uma falsa urgência e manipula o leitor.

Em relação ao segundo tweet, ao mesmo tempo que reflete uma disputa eleitoral intensa, a formação discursiva salienta que o sujeito que enuncia está sendo afetado pela ideologia de que a democracia brasileira está corrompida e sugere que a única saída seria Jair Bolsonaro contratar terceiros para uma checagem no sistema, ou seja, interferir no processo eleitoral.

Seguindo adiante, outra *fake news* coleta na rede do X dizia:

“O Lulinha paz e amor é passado. Devido a sua idade avançada ele vai acelerar a revolução socialista no Brasil. Isso significa invasões do MST, interrupção de estradas com pneus queimados, ameaça e terror no campo e cidade. Vamos evitar isso pedindo votos para Bolsonaro”.

A tipologia dessa declaração também se encaixa em uma fabricação de notícia, onde o sujeito cria uma narrativa sugerindo que Lula pretende “acelerar uma revolução socialista” e que isso traria o caos com invasões e terrorismo, e a formação discursiva traz um intuito de provocar o medo e mobilizar votos para Bolsonaro. Além disso, o tweet é produzido em um contexto de polarização política extrema, em que a eleição de Lula é pintada como um desastre inevitável, e o discurso está relacionado também com o conceito de interdiscursividade, que se refere a uma relação de um discurso com outros discursos. Como o MST é comumente visto como um movimento que promove ocupações de terras, o sujeito reforça a tentativa de enquadrar o movimento como uma ameaça e justifica a necessidade de

¹²⁰ Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., Ling, R. Defining “fake news”. Reino Unido: Digital Journalism, 6:2, 2018, p. 143-144.

¹²¹ A formação discursiva se refere ao conjunto de coisas que podem e devem ser ditas com base no contexto social e histórico de uma determinada época ou lugar e atravessada por uma formação ideológica.

“evitar” esse cenário votando no Bolsonaro. O tweet foi publicado por um membro familiar do candidato do PL e alcançou a marca de 15 mil curtidas, 1,2 mil comentários e 4,6 mil retweets.

O quarto tweet dizia:

“Lula disse no debate q ele é contra o aborto. No início da campanha, ele disse a toda mulher deveria ter direito ao aborto. Em qual Lula devemos acreditar? Após a eleição, já sabemos qual será a opinião dele. Não permitiremos que ele legalize esse lixo no Brasil”.

O tweet em questão se classifica como uma *fake news* de falso contexto, que segundo Wardle e Derakshan, o conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas.¹²² A declaração distorce falas do Lula quando o assunto do aborto é posto para discussão, e cria uma impressão de que Lula apresentou posições contraditórias. A acusação sem fundamento de que o candidato do PT “legalizaria o aborto” após a eleição seria uma forma de gerar dúvidas de que o mesmo estaria escondendo as reais intenções durante a campanha. A análise do discurso do texto revela também uma formação discursiva em que esse pensamento mais conservador, caracterizado pela retórica comum de que o aborto é uma questão moralmente errada e que deve ser combatido a todo custo. Porém, é importante salientar que alguém pode ser contra o aborto por motivos pessoais, mas defender sua legalização para garantir a segurança e direitos a quem optar por ele, e essa é a visão de Lula sobre o assunto.

O quinto tweet escolhido foi uma imagem que circulou na rede do X através de diferentes usuários apoiadores de Bolsonaro, subindo a hashtag de #LulaVergonhaNacional apresentando os grandes nomes do Partido dos Trabalhadores segurando a seguinte “bandeira”:



¹²² Wardle, C., Derakshan, H. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 2017, p. 17.

A imagem apresenta um claro exemplo tipológico de manipulação fotográfica, que segundo Tandoc Jr, Lim e Ling, “os efeitos podem variar de simples a complexos. Ajustes simples podem incluir aumentar a saturação da cor e remover elementos menores. Alterações mais invasivas podem incluir a remoção ou inserção de uma pessoa em uma imagem”¹²³.

Com isso, a imagem foi feita com a inclusão de uma mensagem pejorativa que não existia originalmente, pois o texto escrito na foto original se referia ao movimento do “Lula Livre”. O objetivo da imagem seria insinuar que os maiores nomes do PT estariam defendendo a bandidagem. A análise diante desse contexto revela que a formação do discurso por trás dessa imagem sugere criar uma narrativa de criminalização e desonestidade em torno dos membros do partido e do próprio Lula. Esta prática é uma forma de manipulação ideológica que serve para reforçar crenças existentes e tentar confundir o público sobre se a imagem é ou não é verídica.

Na mesma linha, um tweet postado por um familiar de Bolsonaro que alcançou cerca de 4,5 mil curtidas, associou novamente a imagem de Lula ao crime organizado na época em que o candidato do PT visitou o Complexo do Alemão no Rio de Janeiro. O tweet acompanhava quatro imagens para tentar ligar a figura do Lula à maior organização criminoso do país. A primeira imagem era um print de um outro usuário que dizia: “*Qual tipo de político consegue entrar em uma comunidade que nem a força policial de elite consegue?*” Em seguida, foi acompanhada com as seguintes imagens:



A tipologia que se segue com essa *fake news* se dá com o falso contexto conforme explicitado anteriormente por Wardle e Derakshan, e é utilizado nesse cenário uma combinação de fotografias e insinuações fora de seu contexto original, sugerindo que Lula

¹²³ Tandoc Jr, op. cit., p. 144.

está envolvido com organizações criminosas é que teria apoio de facções, algo que é claramente usado para construir uma narrativa falsa e de cunho negativo.

Mais uma vez a mensagem busca desestabilizar e deslegitimar a candidatura de Lula, visando manipular a opinião pública expondo um discurso de que a eleição do mesmo traria caos e insegurança, posicionando Bolsonaro como defensor da ordem. A sigla CPX é uma abreviação comum para se dirigir aos complexos de favelas do Rio, e o que o tweet insinua é que o boné utilizado seria uma forma para dizer “cupinxa” — que na verdade se escreve cupincha —, isto é, “parceiro do crime”¹²⁴. Esse discurso demonstra também a interdiscursividade para dialogar com narrativas pré existentes de líderes de esquerda vinculados ao crime e à corrupção.

Ademais, o sétimo tweet coletado no X se apresenta da seguinte maneira:

“Você, que anulou seu voto ou se absteve nas eleições. A facção de Lula emite o mais temerário sinal contra a liberdade. Se posicionar contra essa corja só tem a ver com você. Amanhã tentarão fazer o mesmo contigo se disserem que rosa é azul e você não concordar! Cadê as fake news?”

O conteúdo em questão também faz parte do chamado falso contexto, no qual a mensagem explora uma combinação de informações de forma a gerar um certo impacto emocional nos eleitores, sugerindo que Lula está ligado a facções sem apresentar provas concretas. O discurso está estruturado para fazer os leitores acreditarem na vinculação que o usuário expõe, organizado por perguntas retóricas. Fica claro que o destinatário principal são eleitores neutros ou indecisos e, ao apelar para eles, o enunciado tenta engajá-los no campo de oposição a Lula, usando narrativas de urgência. Utilizando os termos de “facção”, “liberdade” e “corja”, é reforçado que o candidato do PT e seus apoiadores são moralmente perigosos e colocando em um posto de inimigos que devem ser combatidos pois a liberdade do povo brasileiro estaria ameaçada.

Em relação a *fake news* atrelada a figura de Jair Bolsonaro, a mais famosa circulada nesse período seria a de que o candidato do PL estaria fazendo uma parceria com a maçonaria

Foi circulada na rede X um vídeo do então presidente e candidato à reeleição discursando em uma loja maçônica, uma foto com os possíveis líderes e rodeado de imagens de “culto ao diabo”, o que levantou uma indignação por parte dos seus apoiadores que acreditavam que o mesmo seguia o cristianismo e estava alinhado com os ideais evangélicos.

Parte dos tweets expressavam palavras de decepção, como: *“Sempre estive ao lado do*

¹²⁴ Bolsonaristas continuam a compartilhar informação falsa sobre a sigla CPX. Rio de Janeiro: G1, 2022, n.p. Disponível em: <https://g1.globo.com/google/amp/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/10/14/bolsonaristas-compartilham-video-para-voltar-a-associar-cpx-a-facao-do-traffic-entenda-por-que-o-elo-e-falso.ghtml>. Acesso em 8 set. 2024.

presidente e agora descubro laços dele com a maçonaria. Lamentável” e outras diziam que “Para quem não sabe aquilo representa o olho do SATANÁS. Decepção ”.



A primeira imagem estaria relacionada com uma manipulação fotográfica, em que se trata de um evento de maçonaria que “glorifica” três símbolos, onde dois são associadas à maçonaria e um ao satanismo com a figura de Baphomet. A imagem foi alterada para dar contexto maior ao escândalo que aconteceu no segundo turno. A segunda imagem é um print de um vídeo de 2017 onde o então presidente discursa em uma loja de maçonaria, mas em um período bem anterior de assumir sua candidatura para o Planalto¹²⁵. A circulação se deu em uma narrativa de que o presidente na caminhada para a reeleição foi em busca de votos para aumentar sua base de apoiadores. A tipologia para esse cenário seria a do falso contexto.

A análise do discurso aqui se baseia na dicotomia moral entre "bem" e "mal", uma constante nas narrativas políticas de Bolsonaro, muitas vezes visto como um defensor da ordem e dos valores cristãos contra forças progressistas e o que seu próprio povo considera como "imoral".

A inclusão desses símbolos associados à maçonaria e à "adoração ao diabo" colocou Bolsonaro em posição antagônica com relação à imagem que construiu, e o discurso de decepção presente nos tweets revela a manipulação pretendida e aparece como uma reação à violação da coerência moral esperada.

A partir dos tweets acima, percebe-se que um aspecto relevante observado durante a coleta e análise foi a diferença na quantidade e intensidade das *fake news* dirigidas contra Lula e Bolsonaro. No segundo turno da eleição, descobriu-se que a maior parte dos ataques e da disseminação de *fake news* veio dos apoiadores de Bolsonaro, que espalharam mais notícias falsas contra o candidato Lula, do que os apoiadores do candidato petista contra o Bolsonaro.

¹²⁵ Mathias, L. Bolsonaro na maçonaria: vídeo antigo viraliza e presidente é alvo de críticas. Rio de Janeiro: O Globo 100, 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/google/amp/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2022/10/bolsonaro-na-maconaria-video-antigo-viraliza-e-presidente-e-alvo-de-criticas.ghtml>. Acesso em 8 set. 2024.

Esta tendência reflete a polarização exacerbada e o uso estratégico da desinformação por elementos próximos da campanha de Bolsonaro que procuraram reforçar narrativas negativas sobre o seu oponente.

Com isso, as *fake news* têm seus objetivos explicitamente pautados em tentar manipular a opinião pública utilizando de um discurso com base em aspectos sociais, morais, econômicos e, sobretudo, políticos. As narrativas enganosas são utilizadas como armas eficazes para desacreditar os oponentes, incitar um cenário caótico e criar um ambiente de paranoia. Um exemplo claro são as ilações sobre as ligações de Lula com o crime organizado, uma história concebida não só para destruir o candidato, mas para incutir nos eleitores a crença de que ele é uma ameaça à ordem social e à segurança pública. Esta abordagem não só mina a confiança no candidato, mas também inspira medo nos eleitores e manipula o debate público sobre questões de criminalidade e corrupção.

Outro tipo de *fake news*, relacionado diretamente com os aspectos políticos, é o de desinformação para criar desconfiança no processo eleitoral. Durante as eleições de 2022, foram amplamente divulgadas mentiras que visavam questionar a legitimidade do pleito, semeando desconfiança nas instituições democráticas. Essas *fake news* não atacavam apenas os candidatos, mas também a integridade do sistema eleitoral, buscando criar um ambiente de incerteza e instabilidade política.

Tal desconfiança foi o que gerou a manifestação de apoiadores de Bolsonaro que não aceitaram o resultado das eleições a acampar em frente a unidades do exército brasileiro em várias partes do país para pedir uma intervenção e, insatisfeitos que os pedidos não realizados, posteriormente se mobilizaram para um ato golpista, que ficou conhecido como Intentona Bolsonarista, atacando edifícios do governo federal em 8 de janeiro de 2023.

Além da esfera política e social, as *fake news* levantam em boa parte questões morais e religiosas, como na imagem de Bolsonaro na loja maçônica. Ao associar o candidato a um sinal contrário aos valores do Evangelho, tinha o claro propósito de criar uma separação entre ele e a sua base sólida de apoiadores. Ao explorar o sentimento de traição e desilusão, essas narrativas colocam em xeque a coerência moral dos candidatos, evidenciando que o conservadorismo religioso é parte significativa do eleitorado brasileiro.

Assim, as *fake news* são habilmente projetadas para gerar divisão, explorar disputas internas entre bases dos candidatos, fragmentar o apoio e ampliar o conflito. É evidenciado que as *fake news* também abrange para o aspecto econômico, especialmente ao sugerir que a vitória de determinado candidato levaria ao caos ao incitar uma revolução socialista no país. Isso tem o propósito de tentar induzir o eleitorado a tomar decisões com base em condições desconhecidas, distorcendo o debate público e desviando o foco das propostas concretas de governo.

Além disso, questões morais relacionadas com o gênero também foram amplamente exploradas nas *fake news*, como o tweet que critica a ideologia de gênero ao dizer: "se disserem que rosa é azul". Este tipo de desinformação apela para o medo de mudança nos valores tradicionais de gênero presentes na sociedade, especialmente entre os eleitores mais conservadores, apresentando como uma ameaça à ordem social e moral, reforçando o preconceito e estigmatizando qualquer avanço nas discussões sobre diversidade e inclusão.

Portanto, as *fake news* analisadas não apenas distorceram os fatos, mas também visam atingir pontos sensíveis da sociedade brasileira, seja criando incertezas a segurança pública, questionando a credibilidade do sistema eleitoral, as crenças morais e religiosas dos candidatos, levantando questões ou suscitando receios econômicos ou explorando preconceitos de gênero.

A utilização desses discursos revela uma estratégia mais ampla de polarização e controle da opinião pública, em que se tem um esforço para dominar a mente dos eleitores para levar a tomar decisões baseadas na emoção, na desconfiança e no preconceito, o que tem um efeito profundo na situação política, social e econômica do país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, percebeu-se que as *fake news* desempenham um papel significativo na política contemporânea, especialmente em casos de processos democráticos como períodos eleitorais. Sendo assim, as eleições presidenciais de 2022 no Brasil evidenciam como essa nova ferramenta do meio digital foi utilizada de forma sistemática e estratégica para tentar influenciar os eleitores com narrativas tendenciosas, bem como atacar o processo democrático e as instituições, culminando sobretudo na polarização. Para tanto, estabeleceu-se uma análise das estratégias dos tweets que circularam na rede do X — Twitter — a fim de contextualizá-las sob a ótica das ciências sociais, bem como explorar sua natureza linguística.

Ao longo do desenvolvimento das análises, foi demonstrado que as *fake news* não apenas distorcem informações factuais e criam inverdades, mas também operam em um nível simbólico e discursivo profundo, afetando diretamente as percepções sociais, morais, econômicas e políticas. A análise empregada na pesquisa revela como o discurso utilizado nas *fake news* na rede do X constroem narrativas sensacionalistas e alarmistas, que visam tanto incitar medo quanto pôr à prova a integridade de adversários políticos.

Por meio de uma tipologia detalhada, foi possível fazer a classificação de algumas das *fake news* durante o segundo turno, destacando que cada uma delas possui uma função específica no jogo político, não só de espalhar a mentira, mas também com o fim de estabelecer o caos e a paranoia. Tem-se então um esforço coordenado para minar a democracia, ao vincular os candidatos a teorias conspiratórias ou a movimentos considerados ameaçadores, incentivando e apelando para o sentimentalismo, o que caracteriza bem o momento de uma era da pós-verdade. Ressalta-se que ao fazer o uso dessas estratégias, não é somente uma questão de disputa pelo poder, mas também para moldar a forma como a população enxerga e compreende a realidade ao seu redor. Portanto, o problema hodierno em um mundo tão digitalizado e hiperconectado atinge seu ápice quando o conceito de verdade se torna relativo e dispensável.

Em um tempo marcado por redes sociais, os indivíduos massacrados a todo momento com informações em questão de segundos, desistem, de certa forma, de tentar procurar uma agulha de verdade num palheiro de mentiras e começa, mesmo sem ter plena consciência disso, a aceitar o fato de que só tem uma escolha entre as milhares de versões e histórias, e por consequência, faz uma escolha que lhe dá segurança emocional. Ademais, fica claro que vivenciamos hoje um cenário marcado por um clima de guerra novo que se estende ao domínio da informação.

Nesse aspecto, as guerras híbridas se articulam com as *fake news* no sentido de envolver estratégias para desestabilizar um determinado alvo ou o apoio da população. Com este tipo de guerra, a manipulação da opinião pública é tão estratégica como qualquer

combate físico e a mentira se revela como uma das suas principais armas buscando mais que enganar, ou seja, construir uma nova percepção da realidade que sirva a interesses políticos específicos.

A operação psicológica que as *fake news* fazem uso reside em grande parte no seu poder de persuasão, isto é, um grande poder de retórica e de linguagem “sedutora”. A manipulação ideológica através da linguagem conforme explorado, mostra que as *fake news* são mais que meras mentiras superficiais. Elas são um reflexo de tensões ideológicas profundamente enraizadas na sociedade, funcionando como veículos para fortalecer divisões já existentes. A vinculação de candidatos a organizações criminosas e conspirações políticas, e o exemplo das acusações de fraude nas urnas eletrônicas, clarifica como os autores de *fake news* se utilizam de uma estrutura discursiva para maximizar sua repercussão.

Em último ponto, é importante explicitar as limitações que surgiram no decorrer da pesquisa. A maior limitação se segue pela configuração da própria plataforma do X, que permitia a visualização de apenas 60 mensagens por dia. Tal restrição limitou a capacidade de análise de toda gama de tweets circulados durante o período de coleta. Mesmo assim, os dados coletados fornecem um meio para se pensar a influência das *fake news* nas redes sociais digitais e suas nuances. Logo, as perspectivas futuras em relação à desinformação e às *fake news* em contextos políticos, sobretudo eleitorais, são complexas e exigem uma análise aprofundada acerca das tecnologias emergentes. Com a pós-verdade se intensificando nos últimos anos, sugere que as sociedades estão cada vez mais vulneráveis a narrativas manipulativas que desafiam a objetividade da informação.

À medida que a tecnologia avança, levantam-se preocupações significativas para a saúde das democracias. Entende-se, portanto, que as *fake news* como novas armas políticas se estabelecem como tática de guerra, o que demanda uma abordagem multifacetada. Nesse sentido, à medida que a disseminação de mentiras se torna mais sofisticada, é importante que os pesquisadores sobre o tema desenvolvam métodos inovadores para compreender e combater o fenômeno.

Destaca-se também que é importante examinar minuciosamente as estratégias utilizadas para espalhar essas *fake news*, como foi ilustrado através dessa pesquisa.. Trata-se também de explorar novas tecnologias, onde ferramentas de análise de dados poderão ser melhoradas para monitorar e mapear a propagação das *fake news* em tempo real, proporcionando uma imagem mais clara de como as narrativas falsas são divulgadas nas redes sociais.

Além disso, a colaboração entre diferentes disciplinas, como ciência política, comunicação, psicologia e ciências sociais, poderá enriquecer a compreensão da dimensão das *fake news* nas percepções e comportamentos dos eleitores. Estudos longitudinais podem, portanto, ajudar a avaliar como esses discursos pautados em mentiras moldam as opiniões do

público ao longo do tempo e em diferentes contextos sociopolíticos.

Em suma, à medida que avançamos para um futuro mais tecnológico, exige-se um compromisso contínuo para tentar mitigar esse fenômeno destrutivo de desinformação e propagação de *fake news*. Isso envolve não apenas a discussão sobre uma possível regulamentação das redes sociais, mas também a promoção de uma educação midiática que ajude os cidadãos a discernir informações confiáveis de manipulação. Somente através de uma abordagem colaborativa e integrada será possível fortalecer as instituições democráticas e garantir que a tecnologia sirva como uma aliada na promoção de sociedades mais informadas e resilientes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altares, G. **A longa história das notícias falsas**. Madrid: El País, 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em 13 abr. 2024.

Alves, C. D. **Informação na twitosfera**. Campinas: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação, vol. 9, n. 1, 2011.

Alves, M. A. S., Maciel, E. R. H. **O fenômeno das fake news: definição, combate e contexto**. São Paulo: Revista Internet&Sociedade, v. 1, n. 1, 2020.

Arendt, H. **Lying in Politics: Reflections on The Pentagon Papers**. The New York Review, 1971.

Aristóteles. **Retórica**. Trad. Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2ª ed., 2005.

Arquilla, J., Ronfeldt, D. F. **The Advent of Netwar (Revisited). Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy**. Santa Monica: RAND, 2001.

Benjamin, C. *et al.* **A guerra da mentira**. Rio de Janeiro: Eclética, Ano 10, n.21, 2005.

Bernays, E. **Propaganda**. Nova York: Horace Liveright, 1928.

Bolsonaristas continuam a compartilhar informação falsa sobre a sigla CPX. Rio de Janeiro: G1, 2022, n.p. Disponível em: <https://g1.globo.com/google/amp/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/10/14/bolsonaristas-compartilham-video-para-voltar-a-associar-cpx-a-faccao-do-trafico-entenda-por-que-o-elo-e-falso.ghtml>. Acesso em 8 set. 2024.

Calil, G. G. **O integralismo no pós-guerra: a formação da PRP, 1945-1950**. Porto Alegre: Coleção História 39, EDIPUCRS, 2001.

Carvalho, M. C. **Fake news e desinformação: o papel do direito na proteção da sociedade**. São Paulo: Conjur, 2024. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2024-jan-08/fake-news-e-desinformacao-o-papel-do-direito-na-protecao-da-sociedade/>. Acesso em 14 mai. 2024.

Cebrowski, A. V. A., Garstka, J. **Network-Centric Warfare: Its Origin and Future**. Annapolis: U.S. Naval Institute, 1998.

Corrêa F, F., Steinberg, V., Botura P. B. N. **Kit Gay e Ideologia de Gênero: Como a Desinformação Propagada por Bolsonaro Fere as Políticas Públicas Educacionais Voltadas para as Questões de Gênero e Diversidade Sexual**. São Paulo: Revista Pluri Discente, v.1, n.4, 2022.

D'Ancona, M. **Pós-Verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News**. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

Demo, P. **Metodologia científica em ciências sociais**. São Paulo: Editora Atlas, 3ª ed., 1995.

'Fake News' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. São Paulo: BBC News Brasil, 2017. Disponível em:

<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695.amp>. Acesso em 15 de ago. 2024.

Felini, C. R. de G. **Discursos interpelativos de George W. Bush (2000-2004) : nacionalismo e neoconservadorismo na busca de legitimação doméstica para a guerra ao terrorismo**. Rio Grande do Sul: PUCRS, 2017.

Flesch, C. *et al.* **Triunfo da mentira: Um projeto político fundamentado em mentiras, farsas e supostas verdades**. Rio de Janeiro: Eclética, Ano 10, n.21, 2005.

Freud, S. **Psicologia das massas e análise do eu e outros textos (1920-1923)**. Trad. Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

Gomes, R. N. **O Plano Cohen: ficção e realidade na antessala do Estado Novo**. Brasília: Café História, 2021. Disponível em: <https://www.cafehistoria.com.br/o-que-foi-o-plano-cohen-ficcao-realidade-no-estado-novo/>. Acesso em: 23 mar. 2024.

Habermas, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. Trad. Denilson Luís Werle. São Paulo: Editora Unesp, 1º ed., 2014, p. 93-94.

Han, B. C. **Perspectivas do digital**. Trad. Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018,

Hein, V. M. **Guerra no Iraque: uma mentira e suas longas consequências**. São Paulo: Brasil de Fato, 2023. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2023/03/20/guerra-no-iraque-uma-mentira-e-suas-longas-consequencias>. Acesso em: 1 mai. 2024.

História do Twitter: da origem da rede social até a compra por Elon Musk. São Paulo: Meio e Mensagem, 2022. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/midia/historia-do-twitter>. Acesso em 7 set. 2024.

Justiça Eleitoral. **QR Code no título serve apenas para autenticar documentos e não computa voto do eleitor**. Site da Justiça Eleitoral, 2022. Disponível em: <https://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/checagens/qr-code-no-titulo-de-eleitor-serve-para-autenticar-documentos-emitidos-pela-je/#>. Acesso em 1 jun. 2024.

Kegler, B., Pozobon, R. de O. **Fake news, pós-verdade e os limites (ou desafios) da opinião pública na sociedade da plataforma**. São Paulo: Organicom, ano 17, nº 34, 2020

Kershaw, I. **Hitler**. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

Korybko, A. **Guerras híbridas: das revoluções coloridas aos golpes**. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

Liotard, J. F. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: José Olympio, 12ª ed., 2009.

Matias, D. W. de S. *et al.* **Mentira: aspectos sociais e neurobiológicos**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 31, n. 3, 2015.

Mathias, L. **Bolsonaro na maçonaria: vídeo antigo viraliza e presidente é alvo de críticas**. Rio de Janeiro: O Globo 100, 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/google/amp/blogs/sonar-a-escuta-das-redes/post/2022/10/bolsonaro-na-maconaria-video-antigo-viraliza-e-presidente-e-alvo-de-criticas.ghtml>. Acesso em 8 set. 2024.

Marcondes, C. F. **Sociedade Frankenstein**. São Paulo, mimeo, 1991.

Mello, P. C. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

Menezes, L. F. *et al.* **Checamos os candidatos à presidência no debate da TV Globo**. São Paulo: Aos Fatos, 2022. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/checemos-candidatos-presidencia-debate-globo/>. Acesso em 2 jun. 2024.

Mezzaroba, O. **Plano Cohen: a consolidação do anticomunismo no Brasil**. Florianópolis: Seqüência Estudos Jurídicos e Políticos, v. 13, n. 24, 1992.

Michaelis. **Dicionário escolar língua portuguesa**. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2008.

Pandolfi, D. C., Grynszpan, M. **Da Revolução de 30 ao Golpe de Estado de 37: a Depuração das Elites**. Rio de Janeiro: Revista de Sociologia e Política, nº 9, 1997.

Paraná Pesquisas: **Lula cresce na liderança e adversários ficam estagnados**. São Paulo: Uol, n.p., 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/02/02/lula-bolsonaro-moro-parana-pesquisas.htm>. Acesso em 31 mai. 2024.

Piepmeyer, A. **Collective consciousness**. Chicago: The University of Chicago, 2007.

Recuero, R., Zago, G. **Em buscas das “redes que importam”: redes sociais e capital social no Twitter**. São Paulo: Líbero, v.12, n.24, 2009.

Ribeiro, A., Menezes, F. L. **Como a desinformação sobre urnas abasteceu a artilharia de Bolsonaro contra o sistema eleitoral**. São Paulo: Aos Fatos, 2022. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/desinformacao-urnas-abasteceu-artilharia-bolsonaro-contra-sistema-eleitoral/>. Acesso em 28 mai. 2024.

Ribeiro, H. S. G., Silva, I. M. R. **O Twitter como plataforma da produção simbólica do campo conservador**. Bahia: Enecult, 18ª ed., 2022.

Rocha, L. T., Silva, G. P., Oliveira, G. S. **Metodologia de pesquisa científica: análise do discurso - conceitos e possibilidades**. Monte Carmelo: Cadernos da Fucamp, v. 21, n. 53, 2022.

Schreiber, M. **Eleições 2022: o que mudou na cabeça do eleitor brasileiro desde 2018**. Brasília: BBC News Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62270734.amp>. Acesso em 30 mai. 2024.

Sharp, G. **From Dictatorship to Democracy: A Conceptual Framework for Liberation**. Boston: The Albert Einstein Institution, 4ª ed., 2010.

_____. **There Are Realistic Alternatives**. Boston: The Albert Einstein Institution, 2003.

Soeiro, T. M., Araújo, J. G. N., Matos, F. J. S. **Guerras Híbridas e Fake News: A escalada da autoverdade**. Recife: Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais, v. 9, 2020.

Szafranski, R. **Neocortical Warfare? The Acme of Skill**. California: RAND Corporation, 1994.

Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., Ling, R. **Defining “fake news”**. Reino Unido: Digital

Journalism, 6:2, 2018.

Trigo, L. **Guerra de Narrativas: a crise política e a luta pelo controle do imaginário**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2018.

Vick, M. **As blitzes de fake news espalhadas em dia de eleição**. São Paulo: Nexo Jornal, 2022. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2022/10/28/as-blitze-de-fake-news-espalhadas-em-dia-de-eleicao>. Acesso em 1 jun. 2024.

Xavier, G. Ipespe: **Governo Bolsonaro segue reprovado por 64% dos brasileiros, seu pior patamar**. São Paulo: Carta Capital, 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/ipespe-governo-bolsonaro-segue-reprovado-por-64-dos-brasileiros-seu-pior-patamar/amp/>. Acesso em 30 de mai. 2024.

Wardle, C. **Fake News. It's complicated**. Sydney: First Draft, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em 22 mai. 2024.

_____, Derakshan, H. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe, 2017.