



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
FACULDADE DE HISTÓRIA

WALESKA NIVIA RIBEIRO DA COSTA

**UMA ANÁLISE DA REPERCUSSÃO POLÍTICO-ELEITORAL DAS FAKE-NEWS
NO BRASIL DO ANO DE 2018**

BELÉM-PA

2025

WALESKA NIVIA RIBEIRO DA COSTA

**UMA ANÁLISE DA REPERCUSSÃO POLÍTICO-ELEITORAL DAS FAKE-NEWS
NO BRASIL DO ANO DE 2018**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em História, pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Orientador: Décio Marco A. De Alencar Guzmán

BELÉM-PA

2025

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

R484a Ribeiro Da Costa, Waleska Nivia.
UMA ANÁLISE DA REPERCUSSÃO POLÍTICO-
ELEITORAL DAS FAKE-NEWS NO BRASIL DO ANO DE
2018 / Waleska Nivia Ribeiro Da Costa. — 2025.
35 f. : il. color.

Orientador(a): Prof. Dr. Décio Marco A. de Alencar Guzmán
Trabalho de Conclusão (Graduação) - Universidade Federal do
Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Faculdade de
História, Belém, 2025.

1. Fake news . 2. Redes Sociais. 3. Pós-Verdade. I. Título.

CDD 320.509

WALESKA NIVIA RIBEIRO DA COSTA

**UMA ANÁLISE DA REPERCUSSÃO POLÍTICO-ELEITORAL DAS FAKE-NEWS
NO BRASIL DO ANO DE 2018**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como
requisito parcial para obtenção de grau de Bacharel em
História, pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Orientador: Décio Marco A. De Alencar Guzmán.

Data de aprovação: ___ / ___ / ___

Conceito:

Banca Examinadora:

Orientador(a)
Dr. Décio Marco A. De Alencar Guzmán - UFPA

Diretor(a)
Anna Carolina de Abreu Coelho

Examinador(a)
Dr. Pere Petit Penarrocha

Dedico aos meus pais e filho, e a todos que andam comigo, que sempre estão ao meu lado em todas as minhas decisões, pois sem eles nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Bom, diante de mais uma conquista, presto os meus mais singelos agradecimentos. Primeiramente, ao Ser que conduz a minha vida e os meus propósitos; e aos meus pais, Arlene de Oliveira e José Valmir Costa, que, como sempre falo, “são meus braços e minhas pernas”. Sem eles, nada seria possível. Ao meu filho Willian Leví, o amor da minha vida, pois sem sua força e seu carinho - dizendo todo dia que só é inteligente porque puxou a mim - eu não teria forças para continuar.

Agradeço a quem anda comigo, quem me protege e quem me fortalece em toda a minha caminhada. Minha gratidão à minha ancestralidade, que pavimentou o caminho para que hoje eu seja mais uma mulher negra, mãe e periférica formando-se na maior do Norte, a nossa gloriosa: “Mamãe UFPA”.

Uma instituição que me acolheu e me fez crescer enquanto estudante, profissional e intelectual. Remeto também minha gratidão ao meu professor e orientador, Décio Gusmán, que sempre esteve disposto a compreender a minha lida, os meus sacrifícios e a minha dedicação, demonstrando-se sempre entusiasmado e comprometido com a minha pesquisa. Ele me deu espaço e me instruiu a ser uma pessoa e uma profissional cada vez mais crítica e conectada com a História.

Da mesma forma, agradeço à diretora Anna Coelho, que coordena a Faculdade de História de forma excepcional, com carinho, dedicação e paciência. Sempre atendeu os alunos e alunas da melhor maneira, com orientações e zelo que só uma mãe profissional seria capaz de oferecer. Obrigada por todas as vezes em que me ouviu, me auxiliou e demonstrou o quanto torce por mim e me admira enquanto aluna. A senhora é uma inspiração!

Estendo meus agradecimentos a todo o corpo docente da Faculdade de História e à comunidade acadêmica como um todo, que faz desse lugar um ambiente memorável, dando a pessoas como eu a possibilidade de sonhar — e não só isso, de **realizar** tudo aquilo que um dia era apenas um sonho. Refiro-me também ao fato de ter sido a primeira aluna de História a fazer parte do quadro de alunos/as do Programa de Tutoria Discente do IFCH, que me possibilitou ser aprovada em três especializações: finalizei uma ainda enquanto aluna da graduação; a segunda, na qual me encontro escrevendo o TCC; e a terceira, que iniciarei em 2026. Muito obrigada a todos/as que fizeram parte dessas conquistas.

E por fim, porém não menos importante, agradeço às minhas amigas Joelma Rodrigues, Yasmin Braga, Maria Cleópatra. Vocês foram essenciais em toda a minha graduação e em minha vida como um todo. Obrigada por cada palavra amiga, por toda colaboração, por todo ensinamento e por sempre serem incríveis comigo em todos os aspectos. Vocês moram no meu coração, afinal, o que seria da vida sem os amigos que fazemos?! Ao meu ver, seriam apenas “momentos vazios em meio aos acontecimentos”.

MUITO OBRIGADA A TODOS E TODAS!

Fake news: “uma nova reconfiguração da forma de desenvolver e apresentar notícias falsas, em razão do advento tecnológico da internet e das mídias sociais presente na contemporaneidade, com a finalidade materializada de promover o engano ao outro e a outrem, dado a facilidade de disseminação virtual e oral da notícia ou mensagem” (COSTA, Waleska, 2024, p. 4).

RESUMO

Este trabalho busca compreender a repercussão político-eleitoral das fake news durante a campanha presidencial brasileira de 2018. A pesquisa inicia-se com uma revisão bibliográfica e conceitual acerca do fenômeno das notícias falsas, ressaltando que, embora o termo tenha ganhado força no contexto contemporâneo, a prática de manipulação informacional acompanha a história desde a Antiguidade. No cenário atual, a velocidade e a sofisticação tecnológica conferem às fake news um alcance inédito, intensificado pelas redes sociais e pela lógica da “pós-verdade”, que privilegia emoções e crenças em detrimento de fatos objetivos. O estudo, fundamentado na História Social e Digital, analisa como a circulação dessas informações falsas promoveu polarização, sectarismos e ataques ao sistema democrático brasileiro, evidenciando a necessidade de fortalecimento das agências de checagem de notícias e de uma reflexão crítica sobre os impactos das fake news na construção da História do Tempo Presente.

Palavras-chave: Fake News 1; Redes sociais 2; Pós-verdade 3.

ABSTRACT

This study aims to understand the political and electoral repercussions of fake news during the 2018 Brazilian presidential campaign. The research begins with a bibliographic and conceptual review of the phenomenon of fake news, highlighting that, although the term gained prominence in the contemporary context, the practice of informational manipulation has existed since Antiquity. In the current scenario, the speed and technological sophistication provide fake news with unprecedented reach, intensified by social media and by the logic of “post-truth,” which privileges emotions and personal beliefs over objective facts. Grounded in Social and Digital History, the study analyzes how the circulation of false information promoted polarization, sectarianism, and attacks on the Brazilian democratic system, emphasizing the need to strengthen fact-checking agencies and to foster critical reflection on the impacts of fake news in the construction of Contemporary and Digital History.

Keywords: Fake News 1; Social Media 2; Post-truth 3.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O que seria o primeiro Twitter de Trump sobre *Fake news*. Foto: Twitter de Donald Trump (2017).

Figura 2 - eleições 2018. Foto: Portal Uol (2018).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 FAKE NEWS: TEORIAS E PARTICULARIDADES.....	15
3 POLARIZAÇÃO E DESSEMINAÇÃO DAS FAKE NEWS NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO EM 2018.....	19
3.1 Impactos das fake news no campo da Democracia brasileira.....	24
3.1.1 O gênero feminino e as fake news como estratégia política conservadora.....	27
4 ANALISANDO A REPERCUSSÃO E ACEITAÇÃO DAS FAKE NEWS EM FACE DA ERA DO “PÓS-VERDADE”.....	29
5 CONCLUSÃO.....	34
REFERÊNCIAS.....	38

1 INTRODUÇÃO

Visando iniciar uma investigação sobre o impacto das notícias falsas (fake news) entre os eleitores do bairro da Marambaia (em Belém do Pará, Brasil), durante a campanha das eleições para a Presidência da República em 2018, fizemos uma revisão bibliográfica e conceitual sobre as fake news, cujos primeiros resultados expomos nesse Capítulo.

Na contemporaneidade o termo “fake news”, ou, em bom português “notícias falsas”, tornou-se uma ferramenta aparentemente oriunda do contexto atual, que se popularizou nas manifestações políticas no período presidencial, iniciado em 2018 no Brasil. Entretanto, a proliferação de informações falsas é um fenômeno que acontece há muito tempo, a exemplo está o faraó Ramsés II, que viveu no século XIII a.C., ordenando que fosse apagado dos monumentos egípcios o nome de quem os construiu, pondo o seu próprio nome no lugar do construtor original, para angariar a boa fama pela construção dos monumentos.

Apesar da disseminação de notícias e mensagens falaciosas fazerem parte da história, o atual momento ganha características nunca antes vistas, por conta da sofisticação tecnológica, precisa e rápida que a notícia percorre nas redes. Um fenômeno, que vem ganhando amplitude através das mídias sociais. Demarcando posicionamentos extremistas, fanatismo, religiosidade sectária e até mesmo trazendo discussões controversas acerca de contextos históricos violentos na sociedade, a exemplo a ditadura militar. Repercussões sociais que supostamente influenciam com ideias contra o sistema político democrático brasileiro.

O cenário político de 2018 foi marcado por tensões e incertezas. E no contexto do Brasil, se vivia os desdobramentos da Operação Lava Jato (2014–2021), amplamente explorada pela mídia e responsável por aprofundar a descrença nas instituições políticas. Segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV-DAPP, 2017), cerca de 80% dos entrevistados afirmaram não confiar nos partidos nem em seus representantes, evidenciando um contexto de desconfiança e esgotamento político que se tornaria fértil para a circulação de informações manipuladas e discursos de caráter antidemocrático.

Nesse ambiente de instabilidade, as redes sociais assumiram um papel central. De acordo com o estudo Papo Digital (2018), realizado pela agência Hello, sete em cada dez brasileiros utilizavam as plataformas digitais como principal meio de informação. As mídias deixaram de ser apenas espaços de sociabilidade e passaram a estruturar o debate público,

abrindo caminho para novas formas de engajamento político. Foi nesse contexto que o candidato Jair Bolsonaro (PSL) se destacou, valendo-se intensamente das redes sociais, em especial o Facebook, para contornar os oito segundos de propaganda televisiva. À época, Bolsonaro somava cerca de 6,9 milhões de seguidores, enquanto Fernando Haddad (PT), seu principal adversário, contava com pouco mais de 689 mil (MELLO, 2020).

A escolha das plataformas digitais como foco da análise, especialmente o Facebook e o WhatsApp, se justifica pela centralidade que essas redes assumiram na campanha eleitoral de 2018. Conforme aponta Freitas (2019), o WhatsApp, por sua estrutura criptografada e de grupos fechados, tornou-se um canal privilegiado para a disseminação de conteúdos políticos sem fiscalização. Já o Facebook, por meio de seus algoritmos de recomendação, favoreceu a circulação de conteúdos com alto engajamento, frequentemente alinhados a discursos conservadores e polarizadores. Essa dinâmica revela uma lacuna metodológica importante: a dificuldade de acesso aos dados internos dessas plataformas, o que exige abordagens qualitativas e interpretativas para compreender os fluxos informacionais e seus impactos na opinião pública.

Outro fator decisivo foi a adoção do zero rating, planos de telefonia que isentam o uso de dados em aplicativos como WhatsApp e Facebook. Essa prática, legalizada pela Nota Técnica nº 34/2017/CADE, ampliou o alcance das redes e facilitou o compartilhamento de conteúdo político. Contudo, tal mecanismo também abriu espaço para o uso indiscriminado de informações pessoais e a disseminação em massa de fake news. A BBC News Brasil (2018) registrou que softwares de baixo custo foram utilizados para coletar milhares de contatos telefônicos no Facebook, que, em seguida, eram inseridos em grupos do WhatsApp e expostos a campanhas políticas automatizadas.

Essas estratégias segmentavam o público com base em perfis de comportamento e afinidade ideológica. A Folha de S. Paulo (2018) revelou que centenas de grupos conservadores e cristãos, favoráveis a Bolsonaro, repetiam conteúdos alinhados ao candidato do PSL e deslegitimavam adversários, especialmente Fernando Haddad. As pautas morais: identidade de gênero, feminismo, “kit gay”, família tradicional e direitos LGBT. Tornaram-se os eixos centrais de mobilização, associando política à moralidade religiosa.

Nesse contexto, o sociólogo Manuel Castells (2015) explica que as redes digitais transformaram a política em um campo de disputa simbólica, onde o poder circula por meio da comunicação. Para ele, crises de representatividade e desconfiança nas instituições

ampliam o espaço de influência de quem domina a mídia e o capital informacional. Um exemplo concreto foi revelado pela jornalista Patrícia Campos Mello (2018), que denunciou na Folha de S. Paulo (2018) contratos milionários de disparos em massa de mensagens políticas, por empresas apoiadoras do candidato Bolsonaro, com valores que variavam entre R\$ 0,08 e R\$ 0,40 por envio.

Castells (2005) acrescenta que a aliança entre economia, comunicação e política cria um ciclo de retroalimentação que fragiliza a autonomia do eleitor. Essa dinâmica se conectou a influência das igrejas evangélicas, que nas eleições de 2018 atuaram como mediadoras morais do voto. A antropóloga Christina Cunha (2020) destaca que pastores e lideranças religiosas transformaram grupos de WhatsApp em espaços de “evangelização política”, difundindo mensagens de fé, moralidade e apoio a Bolsonaro. Nesse processo, as mídias digitais se tornaram “extensões do púlpito”, atingindo fiéis de forma direta e cotidiana. Não por acaso, a Folha de S. Paulo (2018) apontou que cerca de 70% dos evangélicos declararam voto em Jair Bolsonaro.

O jornal Estadão (2018) também indicou que Bolsonaro liderava entre o eleitorado feminino, com 18% das mulheres declarando apoio ao candidato. O sociólogo Marcos Coimbra (2018) observou que o voto feminino, sobretudo o da periferia, foi determinante para o resultado eleitoral. Ainda que o antipetismo não tenha sido unânime, esse segmento demonstrou força política e adesão a discursos conservadores. Segundo o Censo de 2010, o Brasil contava com 23,5 milhões de mulheres evangélicas e 18,8 milhões de homens, o que evidencia a importância desse grupo nas disputas simbólicas e políticas de 2018.

Conforme levantamento do Datafolha (2018) realizado em 2 de outubro, Jair Bolsonaro concentrava apoio principalmente entre homens (59%), com destaque para as faixas etárias de 25 a 34 anos (26%) e 35 a 44 anos (22%). A maioria dos seus eleitores tinha ensino médio completo (47%) e renda entre 2 e 5 salários mínimos (37%), com forte presença nas regiões Sudeste (42%) e Sul (20%). Esses dados indicam que o bolsonarismo se consolidou entre homens jovens e adultos, com escolaridade média, de classe baixa a média baixa, e com inserção digital. Perfil que se alinha ao uso intensivo das redes sociais e à adesão a pautas conservadoras amplificadas por fake news.

Nesse sentido, sobre as relações contemporâneas adversas no campo político da história com a inserção efervescente da disseminação de fake news no ano de 2018, essa pesquisa vem propor metodologicamente, como objetivo geral, analisar a repercussão

político-eleitoral das fake news no Brasil no ano de 2018, relacionando com o contexto da “pós-verdade” - a situação que apela às emoções e às crenças pessoais e não aos fatos objetivos para formar a opinião pública -, através da História Social e Digital. Diante disso, definimos a então pergunta de pesquisa: de que forma se deu a repercussão e aceitação das fake news nas relações político-eleitorais do ano de 2018, em face da difusão da “pós-verdade” pelos agentes político-eleitorais em suas campanhas visando se eleger?

Para responder o problema de pesquisa, como objetivos específicos, foram analisados o conceito de fake news e sua relação com o contexto social e político brasileiro, assim como períodos em que a inserção das notícias falsas repercutiram na História, e a ascensão do “colonialismo digital”. Somam-se a esses aspectos, a polarização e disseminação das fake news pelas mídias sociais cenário político brasileiro em 2018 que exigiu veemente do aperfeiçoamento metodológico de agências de checagem de notícias. Consoante a isto, foi realizada uma reflexão sobre os impactos e influências que conturbaram o campo da democracia dos direitos civis e políticos. Por fim, iniciamos a análise da repercussão e aceitação das fake news em face dos atos políticos que enveredaram pela ideologia da “pós-verdade”.

Valendo-se do rigor metodológico da História Digital, a pesquisa tem caráter histórico e bibliográfico, fundamentada em autores que discutem as dinâmicas de desinformação e comunicação digital, a análise concentra-se na investigação das fake news com conteúdo algoritmo conservador, adotado e defendido dogmaticamente por determinados grupos cristãos. Igualmente são analisados as implicações no sistema democrático e, as plataformas digitais com aprofundamento no *Whatsapp* e no *Facebook* em detrimento de outras redes, que se mostraram cruciais para a proliferação dessas notícias falsas. Contudo, foram utilizadas fontes digitais de natureza jornalística e institucional, incluindo reportagens da Folha de S. Paulo (2018) e da BBC News Brasil (2018), bem como dados oficiais divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Complementaram o corpus relatórios as checagens de agências especializadas, como: a Agência Lupa, o Projeto Comprova e o serviço de checagem do TSE, que monitoraram a circulação de notícias falsas durante o período eleitoral de 2018. Essas fontes foram mobilizadas como evidências para mapear a circulação informacional, de forma qualitativa e interpretativa, repercutindo no conteúdo e reverberações sociopolíticas descritas ao decorrer deste trabalho.

A coleta de dados foi orientada por palavras-chave relacionadas a temas recorrentes nas eleições de 2018, como “kit gay”, “ideologia de gênero”, “comunismo”, entre outros. Segundo Fábio Jardelino et al. (2020), os algoritmos das plataformas digitais operam com base em engajamento e afinidade ideológica, favorecendo a disseminação de conteúdos polarizadores e dificultando o contraditório. Embora esta pesquisa não tenha utilizado ferramentas específicas de análise de redes sociais, como Gephi ou Voyant Tools, reconhece-se que tais instrumentos poderiam contribuir significativamente para futuras investigações, especialmente na visualização de redes de compartilhamento e padrões discursivos. Também se reconhecem limitações metodológicas, como o acesso restrito a dados privados de plataformas como o WhatsApp, cuja criptografia impede o rastreamento direto das mensagens.

Nesse sentido, a História Digital revela-se a abordagem mais adequada para esta pesquisa por permitir a análise das interações entre religião, política e tecnologia em um ambiente marcado pela hiperconectividade. Ao investigar as eleições de 2018 sob essa perspectiva, torna-se possível compreender como o espaço virtual foi incorporado às práticas religiosas e como ele influenciou comportamentos e percepções políticas. Essa abordagem possibilita interpretar o ambiente digital não apenas como meio de circulação de informações, mas como agente histórico ativo na formação de crenças e valores sociais.

Diante do exposto, compreende-se a importância imperativa da discussão sobre este tema das fake news na construção da História do Tempo Presente e Digital, imerso nas relações sociais, no campo político e no mundo digital. Pois as transformações da história no tempo presente, os fenômenos políticos e as repercussões na totalidade social advindas da ação dos agentes humanos compõem o fenômeno das fake news como objeto de estudo do historiador(a) e, conseqüentemente, sua contribuição crítica específica para a reflexão sobre a vida dos cidadãos na sociedade brasileira.

2 FAKE NEWS: TEORIAS E PARTICULARIDADES

O termo “Fake news”, aplicado ao contexto da internet, se vulgarizou em janeiro de 2017 nos Estados Unidos, em meio à campanha eleitoral de Donald Trump, que nos dias atuais se auto-intitulou “criador do termo”. Em meio à sua candidatura Trump, se utilizou do termo como estratégia política e eleitoral, desenvolvendo um *modus operandi* por intermédio de seu Twitter.

Acontece que Trump utiliza, quase sempre, a expressão para classificar notícias (jornalismo, portanto), que no limite serão notícias falsas (*false news*), ou tudo aquilo que, publicado, lhe é desfavorável. Não é por serem publicadas (também) na Internet que algumas notícias (falsas) passam a ser *fake news*. Notícias falsas sempre existiram e sempre existirão, mas [...] elas só são simultaneamente *fake news* se existir uma ação deliberada de enganar os consumidores (MENESES, 2018, p. 40).

É possível observar, que a estratégia apresentada pelo ex-presidente dos EUA, é classificada por Meneses como *fake news* por atender “uma ação deliberada de enganar os consumidores”. Para o autor, conceituar o termo significa compreender as procedências e finalidades que a notícia ou mensagem carrega em seu escopo, entendendo que nem todas as mensagens falaciosas são *fake news*. Portanto, é necessário observarmos a realidade contemporânea, os seus contextos e jogos de interesses. Pois, até mesmo o jornalismo regular, está à mercê de propagar conteúdos inverídicos, com intuito ou não de converter-se em *fake news*, por conta da “incompetência ou a irresponsabilidade dos jornalistas na forma de como trabalham as informações fornecidas pelas fontes” (Meneses, 2018, p. 40).

Portanto, *fake news* é um termo com características de algo: falso, enganoso ou fraudulento, sendo idealizado antes mesmo de se tornar materializado, com a finalidade de ludibriar um contingente pequeno ou grande de pessoas. Consequentemente, a notícia ou mensagem publicada ganha maior público quando está imersa e provém das próprias relações sociais. Possui em si o conjunto de elementos que caracterizam a realidade social ou política que descreve.

Figura 1 – O que seria o primeiro Twitter de Trump sobre Fake news.



Foto: Captura de tela por Waleska Nivia Ribeiro da Costa do Twitter de Donald Trump (11 de jan. de 2017).

Fake news representa informações de várias vertentes que são apresentadas como reais, mas são claramente falsas, fabricadas, ou exageradas ao ponto em que não mais correspondem à realidade; além do mais, a informação opera no interesse expresso de enganar ou confundir um alvo ou audiência imaginada (REILLY, 2018 citada por MENESES, 2018, p. 49).

Contudo, partindo dessas definições, e buscando classificar as *fake news* no conjunto das formas sociais de comunicação atuais, compreendemos que a complexidade e os

constantemente impactos provocados pelas “inverdades” produzem necessidade do emprego de novos conceitos, visando responder as novas problemáticas do mundo das notícias. Ou seja, cada nova classificação e categorização das notícias correspondem a desarranjos vivenciados nos contextos sociais críticos provocados pelo fenômeno das notícias falsas.

Nesse sentido, a partir da abordagem da história digital, oferece a reflexão justamente necessária para indicar uma notícia inexata ou uma in verdade, estimo classificar conceitualmente o termo fake news como: “uma nova reconfiguração da forma de desenvolver e apresentar notícias falsas, em razão do advento tecnológico da internet e das mídias sociais presente na contemporaneidade, com a finalidade materializada de promover o engano ao outro e a outrem, dado a facilidade de disseminação virtual e oral da notícia ou mensagem” (Altares 2018).

Ao analisar a partir da História Digital a enfática propagação de falácias em contextos políticos eleitorais e democráticos significativos das transformações sociais, reverberam evidências de uma diversidade de períodos enraizados em inverdades. Nesses contextos políticos a “verdade como vítima recorrente em qualquer sociedade organizada, porque a mentira política é uma arte tão velha quanto à civilização” (Altares. 2018). Os protagonistas da história nas organizações políticas e sociais podem mudar, mas a funcionalidade de enganar para alcançar uma finalidade que beneficia os enganadores permanece atravessando séculos, mudando de nome, mas não de sentido.

No século XX, a propaganda enganosa culminou nos contextos das duas Guerras mundiais e nas guerras seguintes, procurando convencer e ter eficácia nos conflitos pela disputa entre versões diferentes das notícias de guerra, recorrendo-se à arte, ao cinema e às redes sociais. Nesses casos a produção das notícias falsas tornou-se uma atividade especializada, um dos ramos da propaganda (Altares, 2018). Muitos dos conflitos mundiais difundiram-se sobre equívocos. No ensaio “Reflexões de um historiador sobre as notícias falsas da Guerra”, Marc Bloch aponta sua insatisfação com as notícias falsas disseminadas na I Guerra Mundial, onde ele esteve em combate. Afirma que “a literatura de guerra é imensa e por muitas razões difícil de consultar. No que dela conheço, parecem-me importante reter quatro estudos relativos à falsa notícia” (Bloch 1921, p. 182). Inúmeros foram os conflitos que se iniciaram e se estruturaram com base na proliferação da mentira.

Três dos grandes conflitos em que os Estados Unidos se meteram neste período começaram com invenções: a guerra de Cuba (1898), com a manipulação dos jornais; a guerra do Vietnã (1955-1975), com o incidente do golfo de Tonkin, e a

invasão do Iraque de 2003, com as inexistentes armas de destruição em massa de Saddam Hussein (ALTARES, 2018, s/p).

Várias foram às invenções enraizadas no ordenamento estratégico de planos de Guerra, com a atividade colonizadora causando a subserviência de países subdesenvolvidos, provocando remoção e exploração de bens naturais, a implantação de infraestrutura colonial, exploração da mão-de-obra local dos lugares submetidos e a expansão territorial, entre outras formas de apropriação do território. Todas essas foram aspirações que conduziam às intervenções contemporâneas baseadas no colonialismo clássico.

Correlativo ao colonialismo, na contemporaneidade, com o advento tecnológico a denominação foi reconfigurada pelo “Colonialismo digital”. O sociólogo sul-africano Michael Kwet aponta a característica da dominação política, econômica e social de uma nação pela outra nação atual através da tecnologia digital (Kwet, 2021). Dominação essa, onde grandes empresas monopolizam a indústria cultural, e criam necessidades, através da internet e adjacentes, com base nos interesses capitalistas acumulativos.

[...] as “veias abertas¹” do Sul Global de Eduardo Galeano são as “veias digitais” que atravessam os oceanos, conectando um ecossistema tecnológico pertencente e controlado por um punhado de empresas, na sua maioria sediadas nos EUA. Alguns dos cabos transoceânicos de fibra óptica estão equipados com fios pertencentes ou alugados por empresas como a Google e o Facebook para promover a sua extração e monopolização de dados. A maquinaria pesada de hoje são as fazendas de servidores em nuvem dominadas pela Amazon e pela Microsoft que são usadas para armazenar, agrupar e processar big data, proliferando como bases militares para o império dos EUA (KWET, 2021, p. 14).

A monopolização dos dados é administrada pelas chamadas Big Techs (grandes corporações do ramo da tecnologia digital), empresas destinadas a desenvolver e controlar setores econômicos fundamentais para a acumulação capitalista, que trabalham na manutenção de todo o sistema econômico global arrecadando receitas bilionárias mensalmente, junto a outros ramos empresariais tecnológicos, como as startups “AdTechs (Advertising + Technology, MarTechs (Marketing + Technology) e FinTechs + Technology, empresas “subordinadas” às big techs, mas com autonomia para burlar até mesmo legislações locais e nacionais (Lippold & Faustino, 2022. p. 59).

¹Livro de 1971 de Eduardo Galeano, que analisa a História da América Latina, discutindo colonização europeia até a contemporaneidade, com ênfase em exploração econômica e política no continente, primeiro pelos europeus e depois pelos Estados Unidos.

Empresas que monopolizam seus serviços, se valendo da subserviência tecnológica de países de terceiro mundo, como o Brasil, que contam com uma legislação branda, sendo refém dos interesses internacionais. Conseqüentemente, as grandes indústrias utilizam-se do monopólio tecnológico para promover, por meio da internet, relações cada vez mais dóceis dos internautas à mercê das facilidades e das comodidades para obter alguma vantagem econômica ou alguma mercadoria cara, oferecendo a criação de perfis nas redes sociais, e buscando manter constantemente o controle sobre os perfis dos usuários.

E é nesse aprofundamento das relações entre a humanidade e a má quina, que os nossos valores, conhecimentos, vontades e comportamentos, vão se entrelaçando tendenciosamente, e redefinindo constantemente as formas de manipulação utilizadas por meios tecnológicos e algorítmicos. As ideologias e crenças irracionais são utilizadas como alicerce para alimentar o bombardeamento constante de informações pela internet que o advento das mídias sociais vem provocando. Esses fatos tornaram-se evidentes com o que aconteceu em 2018 no cenário brasileiro, quando a disseminação das fake news protagonizou as eleições presidenciais no Brasil, sendo uma das principais estratégias políticas da campanha eleitoral do candidato vencedor nas eleições, Jair Bolsonaro, polarizando os grupos e classes sociais no Brasil.

3 POLARIZAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DAS FAKE NEWS NO CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO EM 2018

Similar aos acontecimentos do período eleitoral nos Estados Unidos, ocorrido em 2016-2017, as eleições presidenciais no Brasil em 2018 foram marcadas por uma polarização política exacerbada, provocada pela disseminação generalizada de notícias falsas. Ambos os principais candidatos, Jair Bolsonaro e Fernando Haddad, foram alvo de informações enganosas, alimentando ainda mais as divisões partidárias na sociedade brasileira. As redes sociais desempenharam um papel central nesse cenário político, ser vindo como plataformas onde notícias falsas se espalharam rapidamente, alcançando um grande número de eleitores.

A polarização foi acentuada pela formação de “bolhas informativas”, onde os usuários foram expostos principalmente a conteúdos que reforçaram as visões políticas preexistentes. Esse fato contribuiu para a criação de um ambiente no qual o diálogo construtivo e a compreensão transparente dos fatos eram frequentemente substituídos por confrontos e hostilidades entre grupos políticos com visões divergentes. A disseminação seletiva de

notícias falsas intensificou a desconfiança mútua, comprometendo a qualidade do debate público, e desafiando os fundamentos democráticos do processo eleitoral.

Onde “a onda conservadora” tomou conta do conteúdo disseminado pelas notícias falsas, o cenário político extremamente polarizado “ditou” os comportamentos sociais, controlando um verdadeiro “campo de batalha” de contornos jamais vistos no Brasil. As reações ultrapassaram as telas de computadores e smartphones, se materializando de forma negativa e violenta na sociedade brasileira em plena campanha para a eleição do seu novo presidente. Barreto e Venturi, explicam que:

“[...] provocada pelo estremecimento dos padrões morais hegemônicos, paulatinamente erigida ao longo das décadas pós-redemocratização, e marcada pela implicação do protagonismo dos movimentos feministas, negros, indígenas, de trabalhadores sem-terra, sem-teto e pelo novo patamar de direitos civis alcançados pela comunidade LGBT”. Tal contexto, como demonstram, estava tipicamente relacionado ao ideário de esquerda no Brasil. As *fake news*, por sua vez, “[...] surfaram na onda de reação conservadora, uma vez que as denúncias de corrupção difundiram a percepção de associação entre políticos tradicionalmente defensores das agendas ditas progressistas e os vultosos casos de corrupção revelados pela Lava Jato (BARRETO e VENTURI 2020, p. 13 apud SUASSUNA 2023, p. 21).

Sobre essa concepção, é possível analisarmos a força das relações ideológicas partidárias e da mídia engajada nas eleições, com base na aceitação e nos posicionamentos absorvidos pela sociedade brasileira que repercutiram no período, sendo as fake news disseminadas como uma das principais estratégias políticas para alcançar a vitória nas eleições. Pois de acordo com o site “Congresso em foco”, ao analisar os dados produzidos pelas agências de checagem de notícias “Lupa”, “Aos Fatos” e “Projeto Fato ou Fake”, nos primeiros 70 dias de campanha eleitoral presidencial, foram verificadas 123 fake news, sendo 104 contra o candidato Haddad e o PT e apenas 19 contra Bolsonaro e seus aliados (Jardelino. et al 2020).

Afora a massificação de notícias falsas em 2018, a análise demonstra e elucida a discrepância de histórias negativas compartilhadas por cada candidato. Essa situação favorecia o discurso conservador, defendido pelo candidato Bolsonaro, que não precisou de minutos televisivos para sustentar suas ideologias convergentes aos conteúdos encontrados nas fake news, e disseminadas em grande proporção em redes sociais como: Facebook e o Whatsapp. Essas plataformas foram muito acessadas pelos eleitores, que conheceram as postagens e compartilhamentos bolsonaristas. Como podemos verificar nos dados a seguir, levantados pela agência de notícias paulista Datafolha em 2018.

Os eleitores de Bolsonaro [...] reconheceram ler mais notícias no *WhatsApp* (61%) e compartilhá-las (40%) – *Ciro Gomes* (PDT) registrou 46% e 22%, respectivamente; *Fernando Haddad* (PT), 38% e 22%; e *Alckmin*, 31% e 13%. No *Facebook* o domínio se manteve, com mais da metade dos eleitores de Bolsonaro afirmando que liam (57%) e compartilhavam (31%) conteúdo político. *Alckmin* registrou 31% e 14%, respectivamente; *Haddad*, 40% e 21%; e *Ciro*, 50% e 22% (JARDELINO et. al, 2020, p. 13-14).

Números esses que demonstram serem as redes sociais os veículos mais significativos para a disseminação das fake news, pois a facilidade com que as informações foram compartilhadas nessas plataformas, na maioria das vezes sem uma verificação rigorosa, contribuiu para a rápida propagação das notícias falsas entre os usuários. O alcance massivo dessas redes sociais permitiu a proliferação da desinformação, atingindo amplas audiências, e impactando a percepção pública, mas igualmente influenciando discussões políticas e sociais no momento da campanha eleitoral.

Uma das estratégias mais utilizadas para a propagação das fake news foi o uso dos robôs e algoritmos, segundo pesquisas recentes da Fundação Getúlio Vargas (FGV 2017). Essas pesquisas demonstraram que o uso de “robôs sociais” (social bots), sob a configuração de uma “rede de robôs”, foram (e ainda são) cruciais para a propagação de notícias falsas, utilizados especialmente para influenciar sobre a dinâmica dos processos políticos, com a finalidade de causar impressão forte e influenciar a opinião pública manipulando-a e/ou predispor os eleitores à adesão aos trending topics (“assuntos em alta” nas redes sociais).

A pesquisa ainda demonstrou que robôs são empregados constantemente na atualidade comunicacional, sobretudo pelo Twitter (atualmente “X”), pois a limitação de caracteres ao serem postadas às informações na rede social tende a facilitar a imitação robótica do ser humano. Jardelino afirma que “robôs sociais” são, na verdade, contas controladas por um programa, que geram conteúdos e interagem com “não-robôs” (Jardelino et al. 2020, p. 5). Na comunicação com finalidade política (sobretudo eleitoral), um dos objetivos desses robôs é emular um comportamento humano. Essa emulação permite aos programadores agindo por trás dos robôs interferirem em debates espontâneos e até estimular discussões polêmicas. Esses tipos de debates são estratégias cruciais para a proliferação instantânea de notícias falsas com outras redes sociais como o *Whatsapp*.

Figura 2 – Eleições 2018.



Foto: Captura de tela por Waleska Nivia Ribeiro da Costa do Portal Uol (2018).

O compartilhamento de fake news pelo *Whatsapp* tornou-se uma especialidade brasileira no contexto mundial, que deturpou os fatos sociais e políticos e contribuiu para a multiplicação de discursos pautados em notícias distorcidas ou inverídicas, implicando em comportamentos inflexíveis e agressivos na vida em sociedade e nos relacionamentos políticos. A ocorrência dessas ações obscurecendo a comunicação social brasileira influenciou na criação de agências de checagens de notícias no Brasil, com a finalidade de ir sistematicamente contra os impactos provocados pelas fake news, priorizando as diretrizes éticas do campo do saber/fazer jornalístico, que precisou se reinventar após a disseminação de notícias falsas nos ambientes brasileiros e a polarização político-eleitoral durante as eleições de 2018. Nesse caso, a checagem dos fatos, foi vista como uma oportunidade possível para que o jornalismo pudesse recuperar seu prestígio social (Oliveira & Assis, 2020).

Mesmo assim, tentando se renovar, as agências de checagem passam por críticas, certas falhas em verificar as notícias difundidas, ou até foram qualificadas pejorativamente como “censoras” do que era ou não uma “informação legítima”. Essas críticas se destacaram à época porque tentavam demonstrar a construção de um suposto “Ministério da Verdade

Corporativa” (Albuquerque, 2021). Entretanto, as agências de notícias foram e são de fato vistas e tidas como um avanço na forma do fazer jornalístico, com metodologias que se afastam do sensacionalismo jornalístico contemporâneo.

A fact-checking ou checagem de fatos é uma técnica jornalística, vinculada ao campo do jornalismo investigativo. Contudo, as agências especializadas nesta técnica, não objetivam investigar dados e informações para produzir notícias em primeira mão, mas sim, investigar dados e informações já noticiados, seja por agentes, assessorias ou pela própria imprensa, para produzir outras notícias com o fim de validá-las ou não. Trata-se, pois, de uma atividade jornalística pós-informação noticiosa, posta em prática nos anos de 1990, mas que ganhou destaque, sobretudo, no início do século XXI (SILVA et. al. 2019, p. 419).

Uma técnica importante, que vem se desenvolvendo no cenário brasileiro e procurando frear a indústria das fake news, com uma metodologia ética e transparente, e que busca se aprimorar constantemente. Verificamos no caso da Agência Lupa, pioneira da “checagem dos fatos” no Brasil. A Lupa trabalha na sua checagem classificando as notícias por etiquetas: “Verdadeiro”; “Falso”; “Falta contexto”; “Exagerado”; “Subestimado”; “Contraditório” (Lupa. 2015). Criada em 2015, a agência objetiva acompanhar, recuperar e checar informações em formatos de texto, áudio e vídeo. Ela parte de diversos temas, com o objetivo de “vendê-las [as notícias] a outras empresas (como o jornal Folha de São Paulo, a rádio CBN, a revista Época e o portal MetrÓpole)”, assim como publicá-las em suas redes (Silva et al. 2019, p. 420).

Outras agências reconhecidas no Brasil por seu trabalho de análise e checagem das notícias são o “Projeto Comprova” e “Fatos e Boatos”, que têm se destacado no combate às fake news por desempenhar um papel ético essencial na luta contra a disseminação de informações falsas. O projeto colaborativo “Comprova”, reúne diversas organizações de mídia e tem como foco a checagem de informações, mormente durante períodos eleitorais, quando desmente notícias falsas e contribui para a promoção de um ambiente informacional mais confiável. A agência de checagem “Fatos e Boatos” é um serviço disponibilizado pelo Tribunal Superior Eleitoral, que busca analisar informações circulando nas redes sociais. Ela desvenda a veracidade de alegações e boatos que podem causar forte comoção sobre a opinião pública, em especial as informações noticiosas do campo político-eleitoral (TSE 2022). Sobre isso, Gomes explica que:

As iniciativas de *fact-checking* encampadas por jornalistas são louváveis. Corrigir as notícias fabricadas e vigiar as declarações de agentes políticos são objetivos nobres na busca pela veracidade no debate público. No entanto, não é suficiente. Os métodos de apuração das agências de checagem são laboriosos e exigem ao menos um ou dois dias para serem concluídas. Até lá a desinformação está sendo

disseminada, literalmente, como um vírus. As mídias sociais facilitaram a viralização de conteúdos e os *bots* espalhadores agilizam o processo (GOMES, 2019, p. 40)

Assim, observamos que a disseminação das fake news acontece de forma acelerada e constante. Conseqüentemente elas exercem força de choque significativo na sociedade, pois a proliferação de notícias falsas e a polarização política acarretada por elas desempenham o favorecimento de certo do mínimo das fake news no debate público. Utilizando-se de ideologias racistas, xenofóbicas, homofóbicas e misóginas, além de acontecimentos “polêmicos” contemporâneos para proferir inverdades, mas igualmente se apoiando em ideologias conservadoras. As fake news exercem pressão negativa e destrutiva no campo da democracia.

3.1 Impactos das *fake news* no campo da Democracia brasileira

Após seis anos da vulgarização das fake news no cenário político brasileiro, seus impactos ainda são observados na sociedade digital e comunicacional, estruturando a propagação de discursos conservadores. Esse tipo de discurso é revestido de conteúdo pautado no Brasil em ideais sustentados pela extrema direita política e partidária, sobre bases da religião cristã de vertente evangélica. Almeida reitera que uma parte significativa dos evangélicos brasileiros foram mobilizados nas campanhas eleitorais de 2018 pelos costumes conservadores e suas devidas pautas, tais como: a ameaça diabólica do comunismo, o estereótipo moral e social da “honestidade das pessoas de bem” em combinação com a crise econômica e o antipetismo (Almeida, 2019).

Partindo desses fatos, verificamos que duas pautas potenciais da campanha político-eleitoral, como a crise econômica e o antipetismo, oferecem elementos de compreensão possíveis para entendermos a onda política conservadora propagada pelas fake news em 2018. O primeiro item da “crise econômica” vincula-se à resposta oferecida a esse problema brasileiro pela “teologia da prosperidade”. De acordo com Quessada, os discursos teológicos da prosperidade econômica e da ascensão social fundamentam-se numa visão liberal da economia e da sociedade. Sustenta esse autor que para grande parte dos evangélicos a ascensão social e financeira são sinais das bênçãos de Deus agindo na vida do indivíduo, evocam a materialização da prosperidade. Logo, o trabalho empreendedor individual, valendo-se da probidade e da honradez, do esforço e da dedicação, resultaria em cálculos materiais positivos e conseqüentemente propiciaria um bem-estar social e econômico mínimo aos fiéis evangélicos (Quessada, 2023).

O antipetismo se alicerçou e se propagou com base nos pactos políticos aos quais o Partido dos Trabalhadores (PT) estava vinculado em 2018, ou seja, tecnicamente contra forças hegemônicas capitalistas e burgueses (industriais) e a favor da esquerda político-partidária, não se enquadrando - e mesmo em alguns casos se opondo - aos valores conservadores de parte importante das Igrejas evangélicas brasileiras. O antipetismo veio a se com binar com a grande repercussão espetacularosa e midiática do “lavajatismo” dos anos anteriores a 2018. O discurso jurídico e político construído pelo “lavajatismo”, com características morais, buscando superar o que se configurara então como “patrimonialismo” ou “corrupção” do primeiro mandato do Governo Lula (2003-2011), propunha a refundação do país sobre a autoridade imprescindível do poder Judiciário brasileiro, vistos naquele momento como heróis da nação, limpando as instituições e combatendo publicamente a corrupção política (Bello et. al, 2021). Por isso, o “lavajatismo” orquestrou uma relação agora invertida entre vilão e mocinho: o Partido dos Trabalhadores eleito para governar através de Lula e Dilma Rousseff era tachados com a mácula da traição ao povo brasileiro pelo emprego indevido e abuso do poder presidencial. Essa elaboração dos fatos políticos tornou-se um enredo mediatizado e espetacularizado, que culminou em prisões dos altos mandatários do governo Lula e membros do PT, assim como no aprofundamento da desconfiança acerca da existência efetiva da democracia no país.

O judiciário se une à mídia e produz vazamento de informações e muitas vezes é visto como herói, e depois a figura heroica é rebaixada ao antagonista. Os políticos reduzem a credibilidade da mídia, convidando a sociedade a encontrar formas alternativas de expressão e comunicação (web) (QUESSADA, 2023, p. 7).

No pensamento político grego antigo, a democracia significa a antítese da oligarquia como regime (COMPARATO, 2007, p. 63). Entretanto, nos dias atuais torna-se difícil conceituar as bases da democracia moderna, em vista da relação contraditória e complexa que encontramos no cenário político brasileiro e mundial (LEVITSKY, 2018). Os estudos políticos hoje elucidam que as democracias não morrem pelas mãos de generais ou militares, mas de líderes, presidentes e primeiros-ministros civis eleitos que se valem das instituições democráticas para subvertê-las. Os poderes centrais eleitos de mocraticamente, anunciando-se claramente conservadores e militarizantes, voltam-se contra o povo que os elegeu e assumem abertamente sua condição de governos reacionários: esse é o caso do presidente Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. Esta situação parece reflexo da crise na democracia latino-americana, atribuída à perda de soberania dos Estados Nacionais pelas dinâmicas e fluxos econômicos globais e as redes de riquezas, informação e poder transorganizacionais, sem

assumir compromissos com o bem-estar social (QUESSADA, 2023, p. 7). Trata-se de um contexto organizado pelos interesses do neoliberalismo, deslegitimando o regime democrático de alto a baixo nas sociedades brasileira e latino-americana.

E nesse ínterim, ocorre a onda do populismo de extrema direita no Brasil, se alastrando também mundo afora e aprofundando as discussões contra a democracia. Esse movimento brasileiro propaga o discurso “da resolução de problemas sociais de forma rápida e eficiente”, apoiado sobre a multiplicação da desinformação, a exemplo da estratégia política de Donald Trump impondo as fake news. O populismo aí prospera, com o desejo de uma simplificação do mundo, uma redução da complexidade dos fatos humanos a algumas tarefas fáceis de resolver, e oferecendo a ideologia, com frequência nostálgica, do mundo com a antiga ordem restaurada: é o conservadorismo social, moral e político em ação (TORMEY, 2019, p. 153). Essa proposta política que propõe – sem jamais cumprir – a desconstrução da ideia de “mais do mesmo”, a repetição contínua sugerida pelos partidos e ideologias da esquerda atual.

Bruzzone, afirma que o populismo ganhou nova roupagem com a comunicação digital em rede, reconfigurando os eleitores das bases sociais e políticas e gerando o “neopopulismo digital”, tecno-populismo ou “ciberpopulismo”. Estes avanços tecnológicos vêm atingir uma escala global, capaz de influenciar a sociedade inteira para que adira a identidades e narrativas “fortes”, “simplificadas” e “tecnicamente seguras”. Essas identidades são produzidas com tecnologias de microsegmentação, e só conseguem se propagar de forma abrangente através de recursos digitais (BRUZZONE, 2021). Ampliando-se dessa forma o campo e a velocidade com os quais as notícias percorrem as redes, encontram-se os usuários e reforçam-se os discursos contrários à democracia.

Assim, partindo deste cenário, as fake news vão sendo construídas e se proliferam, absorvendo o contexto social e político para se alastrarem nas relações sociais e políticas. Intensifica-se desse modo os descompassos do utilitarismo liberal sobre a democracia, pois o uso da desinformação como ferramenta para a manipulação da opinião pública tem sido uma grave ameaça à democracia (WÜNSCH e FERREIRA, 2021). Aqui a desinformação é instrumento de manipulada manipulação como tática política (ARRUDA e TADEU, 2020).

Ainda que de modo redutor, podemos dizer que hoje a sociedade brasileira é organizada, de um lado, sobre grupos que atuam politicamente em favor da “defesa da moral”, “da tradição” e dos princípios cristãos ideologicamente dominantes, de comum acordo com a

onda político-eleitoral conservadora; e, de outro lado, as “minorias inferiorizadas”, que não atendem e/ou se submetem a esses preceitos ideológicos (Fuks, M., & Marques, P. H. 2022, p. 560–593; Estrada, Gaspard, 2023, p. 165-167). Contudo, a desinformação contemporânea no Brasil vem somando no cenário atual às ideologias conservadoras. Ela abastece, dessa forma, a polarização de ideias que, conseqüentemente, influenciam fortemente a instabilidade da democracia e da sua efetivação. Trata-se de uma polarização ideológica que age descaracterizando o sistema político democrático, cujo papel principal é atender as necessidades constitucionais de todos sob a forma do Estado laico. Dessa forma, é possível afirmar que tais ideologias justificadoras das fake news que influenciam na dinâmica da democracia brasileira, traspassam as vivências e crenças de vários grupos sociais, e por isso favorecem a desinformação. Expressam posicionamentos e concepções políticas relativas à influência de crenças religiosas e morais pessoais conservadoras, coexistentes na construção dos cidadãos brasileiros. Portanto, compreende-se que as fake news tenham colidido vigorosamente contra os ideais democráticos no período eleitoral de 2018, sendo objeto de discussão central desta pesquisa.

Nesse sentido, as composições sociais adquirem maior complexidade quando associadas ao gênero feminino, especialmente entre as mulheres evangélicas - grupo em que o feminino, historicamente, foi representado como submisso à autoridade masculina. No contexto das eleições de 2018, essas mulheres desempenharam um papel essencial na difusão e sustentação de princípios bíblicos e valores conservadores, convertendo-se em agentes fundamentais na legitimação de discursos políticos moralistas e de base religiosa. A atuação feminina nesse cenário revela como as dinâmicas de gênero, religião e política se entrelaçam nas novas formas de sociabilidade digital, em que a disseminação de informações, muitas vezes falsas, foi utilizada como instrumento de persuasão ideológica e mobilização eleitoral - temática que será aprofundada no próximo subtópico.

3.1.1 O gênero feminino e as *fake news* como estratégia política conservadora

As dinâmicas sociais adquirem novas configurações quando analisadas a partir das interseções entre gênero, religião e política. No contexto brasileiro, especialmente entre as mulheres evangélicas, observa-se a permanência de estruturas patriarcais que historicamente atribuíram ao feminino um papel de submissão moral e espiritual. Como observa Joan Scott (1995), o gênero deve ser compreendido não apenas como uma diferença biológica entre homens e mulheres, mas como uma categoria de análise histórica que estrutura relações de

poder e legítimas desigualdades sociais. Sob essa perspectiva, a atuação das mulheres evangélicas nas eleições de 2018 revela um duplo movimento: de reafirmação de valores tradicionais e de apropriação de novas formas de engajamento político-mediático.

Cunha (2020), identifica que as lideranças religiosas femininas e as fiéis de base desempenharam papel fundamental na articulação entre fé e política, transformando os espaços virtuais - especialmente os grupos de WhatsApp - em arenas de evangelização moral e política. Nesse processo, as mulheres atuaram como multiplicadoras desses discursos, reproduzindo e legitimando mensagens de conteúdo conservador e, muitas vezes, desinformativo. Essa participação feminina revela uma dimensão complexa das transformações sociais contemporâneas, em que o engajamento religioso se converte em um instrumento de pertencimento político e moral. As mulheres, tradicionalmente associadas a papéis de cuidado e preservação da fé, tornaram-se agentes de mobilização nas redes, articulando valores familiares, princípios éticos e lealdade partidária. Essa atuação contribuiu para a consolidação de uma identidade coletiva ancorada na defesa da moral cristã e na rejeição de pautas consideradas “ameaças” à ordem social. Assim, o discurso religioso, ao ser apropriado e difundido, ultrapassou os limites do templo e passou a estruturar a maneira como grande parte da população interpretou a política, a cidadania e o próprio sentido de nação durante o pleito de 2018.

Lívia Reis (2021) complementa essa análise ao apontar que o conservadorismo feminino evangélico não deve ser lido apenas como passividade, mas como uma forma de agência moral. Para a autora, as mulheres se engajam politicamente a partir de valores religiosos que as conectam a uma ideia de “proteção da família, da moral e dos bons costumes”, contribuindo, assim, para a consolidação de uma pauta política moralizante. Essa atuação é central na estratégia eleitoral de candidatos que se apresentam como defensores da fé cristã e da ordem tradicional, como ocorreu na campanha de Jair Bolsonaro em 2018. Este posicionamento centraliza a base do movimento não apenas o consolida, mas traz continuidades e aspectos conservadores.

Castells (2015), em sua análise, contribui para compreender esse fenômeno ao discutir o papel das redes digitais como novos espaços de poder e mobilização social. Segundo ele, “o poder se exerce cada vez mais através da construção de significados na mente das pessoas” (CASTELLS, 2015, p. 32), e as mídias digitais, ao possibilitarem uma comunicação em rede horizontal, tornam-se ferramentas de persuasão emocional e ideológica. Assim, a participação

das mulheres evangélicas nas redes - sobretudo na difusão de conteúdos que associavam moralidade cristã a projetos políticos conservadores - pode ser interpretada como uma forma contemporânea de atuação política ancorada na lógica da “pós-verdade”, em que as emoções e crenças pessoais se sobrepõem aos fatos objetivos.

Portanto, as mulheres evangélicas emergem como agentes centrais na mediação entre religião, política e tecnologia, constituindo-se em um elo decisivo na disseminação das fake news de teor conservador durante o pleito de 2018. Essa articulação evidencia como a História Digital, ao analisar os fluxos informacionais e suas repercussões sociais, permite compreender de modo mais amplo as continuidades e transformações das relações de poder em tempos de hiperconectividade.

E por meio dessas relações transversais no tempo e no espaço, as composições sociais da humanidade revelam características que, por vezes, entram em conflito com o tempo presente, suscitando questionamentos sobre os contrastes e permanências das estruturas sociais. Essa tensão reflete a busca por uma harmonia social considerada como “sempre existente”, ainda que ancorada em valores e hierarquias históricas que resistem às transformações contemporâneas. Nesse sentido, passa-se ao próximo tópico, que busca compreender como tais relações se manifestam na aceitação das fake news pela população brasileira, com ênfase nos grupos adeptos e simpatizantes da religião evangélica.

4 ANALISANDO A REPERCUSSÃO E ACEITAÇÃO DAS *FAKE NEWS* EM FACE DA ERA DA “PÓS-VERDADE”

O termo “Pós-Verdade” foi considerado a palavra do ano em 2016 pelo Dicionário de Oxford, devido à popularidade que obteve nas campanhas de saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit) e nas eleições norte-americanas vencidas por Donald Trump em 2016. O termo é “relacionado e denotando circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal”². Exprime as relações políticas fundadas na manobra de um aparato eleitoral muito bem articulado e marcadas por fake news nas mídias sociais. Nesse contexto, a pós-verdade pode ser associada estreitamente à desinformação.

² <https://web.archive.org/web/20161116101017/https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.

Existe nos dias de hoje um acolhimento da pós-verdade, adotando o fato de que não apenas nossos políticos têm suas próprias versões do que acontece, mas também se orgulham disso, e se declaram quase que acima da verdade, como se não os alcançasse, não os afetasse (WICHOWSK, 2017, s/p).

Em seu verbete, o dicionário de Oxford esclarece que “pós-verdade” é um adjetivo que caracteriza as conjunturas nas quais a opinião pública é mais inspirada a buscar a verdade através da invocação às emoções ou às crenças pessoais que ao recurso dos fatos objetivos (OXFORD LANGUAGE, 2016). Está em causa aqui um pronunciamento público que representando o afastamento da realidade objetiva - embora a verdade aqui seja clara e manifesta -. Neste caso, a facilidade encontrada para a introdução da “inverdade” nas manifestações sociais construídas a partir de ideologias já consolidadas a aceitação dos fatos.

A pós-verdade ganha força sempre que há certa urgência em linearizar, homogeneizar e dar sentido às inúmeras informações e acontecimentos com os quais convivemos diariamente. Entendemos que informações podem ser inventadas ou manipuladas pelos veículos de mídia, por exemplo, desde que satisfaçam certas peculiaridades de um dado conjunto ideológico de crenças. Adotar a realidade como referência – uma referência inconstante, que sob a lógica discursiva ganha múltiplas leituras possíveis – se torna menos importante do que criar uma realidade particular, em que a interpretação se lineariza porque o acontecimento não existe fora de um contingente ideológico qualquer, sem espaço para a dúvida (SIEBERT e PEREIRA, 2020, p. 244).

Ideologia, segundo Orlandi, “representa a saturação, o efeito de completude que, por sua vez, produz o efeito de ‘evidência’, sustentando-se sobre o já dito, os sentidos institucionalizados, admitidos por todos como ‘naturais’” (ORLANDI, 2012, p. 66). Portanto, compreende-se que as ideologias, constantemente apoiadoras da pós-verdade, muitas vezes fazer relacionando-se a contextos políticos, estão intrinsecamente associadas às estruturas comunicacionais (e hoje cada vez mais digitais) que formam e organizam a sociedade, empregada como afirmações naturalmente aceitas por serem parte de um fato que aparentemente “sempre existiu”.

Dunker, no seu livro “Ética e Pós-Verdade”, define o termo desta maneira:

Afinal a pós-verdade é antes de tudo uma verdade contextual, que não pode ser escrita, posta no bolso e reapresentada amanhã, como garantia de fidelidade, compromisso ou esperança gerada pela palavra [...] Contraste definido por condições materiais pelas quais nossa escrita jamais será apagada do mundo digital [...] (DUNKER, 2017, p. 12).

Esse autor descreve o termo como “algo complexo”, uma combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis, uma mistura conjunta absolutamente “falsa e interesseira”, pois, quem desenvolve e compartilha notícias falsas não

se preocupa em despertar no outro um “acreditar no extraordinário”, mas sim em explorar e difundir preconceitos.

Analisando o período histórico no qual vivemos com os contornos tecnológicos próprios da contemporaneidade, McIntyre informa que a pós-verdade esperou a hora certa para sua ascensão. O autor lembra que tal fenômeno “esperou a tempestade perfeita entre outros fatores, como o viés partidarista extremo e os ‘silos’ das redes sociais que surgiram no começo dos anos 2000” (McIntyre 2018, p. 68, tradução de Waleska Costa). Ele sinaliza que o termo se estabelece agora, num período característico de extremismos e polarizações. Mas acrescenta que o fenômeno está constantemente reconfigurando seus parâmetros explicativos, seus conceitos e suas definições.

Portanto, apoiando-nos em tais análises do cenário digital e político nos quais ocorreram as eleições presidenciais de 2018 no Brasil, entendemos a “pós-verdade” como um conceito explicativo que nos auxilia a compreender o modo como a internet e as mídias sociais no Brasil de 2018, tendem a se apropriar de ideologias estruturantes da sociedade nacional - exemplo dogmas da igreja evangélica -, através do bombardeamento de notícias tendenciosas durante a campanha eleitoral para Presidente da República, tornando-se essas ideologias mais relevantes do que a verdade objetiva dos fatos propriamente dita e comprovada através de parâmetros jornalísticos e científicos institucionais confiáveis.

Seguindo essa definição, cabe neste passo da argumentação, analisar a constituição político-eleitoral na história brasileira, associada às concepções e dogmas imbricados ao cristianismo evangélico de tipo brasileiro. O nosso objetivo com isso é evidenciar o *modus operandi* desses dogmas religiosos no contexto eleitoral. Percebemos de imediato que essas doutrinas religiosas agem criando estigmas sociais, que fortalecem e consolidam uma certa concepção de “Família”, sublinhando essa noção como um artifício de equilíbrio social. Por esse motivo, a noção evangélica de “família”, tem a força de influenciar padrões morais, comportamentais, e estéticos socialmente aceitos no Brasil. Esse mecanismo de ação desenvolve um potencial regulador/ homogeneizador das ações individuais e coletivas no Brasil, fundados sobre uma concepção cósmica e bíblica, que se destina a normatizar experiências pessoais cotidianas no contexto do sagrado. Portanto, a noção de “família” e outras noções institucionais evangélicas tornam-se preceitos canônicos, naturalizados e pouco a pouco aceitos pelos crentes dessa religião (GEERTZ 1989).

Desse modo, a estrutura ideológica já consolidada pelo cristianismo evangélico, se conecta com a doutrina de deveres e obrigações da religião evangélica. Mas a religião católica no Brasil não está neutra na composição histórica das crenças e valores morais vigentes no país. Pelo contrário, é a instituição religiosa que estruturou ideologias de normatização do Modelo de Família desde o período colonial no Brasil, utilizado frequentemente em discursos que sustentam a aceitação e difusão de notícias falsas (CORRÊA, 1981, p. 5-16).

A igreja evangélica foi uma das principais instituições sociais a favor dos discursos proferidos pelo candidato presidencial Bolsonaro nas eleições de 2018, que teve sua candidatura relacionada a um grande contingente de disseminação de fake news e se considera membro dessa religião, mostrando-se publicamente a favor das ideologias defendidas por ela. Essa entidade sustenta seus dogmas cristãos em interpretações bíblicas, entre os quais a concepção de Família como instituição divina, portanto sagrada. Segundo essa definição, a família necessita de hierarquias sexuais e etárias para sua manutenção, sinalizando a subserviência da mulher e dos filhos em relação ao homem provedor e mantenedor da situação material dos seus parentes. Ela complementa essa configuração familiar com a aversão bíblica ao homossexualismo, sendo uma opção sexual que destitui e ameaça a família na sua condição divina e sagrada: é um pecado abominável (QUESSADA, 2023).

Contudo, sobre a análise dessa compreensão ideológica cristã presente nas relações cotidianas da sociedade brasileira e de vertente evangélica, pode-se explicar a repercussão das fake news no período político-eleitoral a partir do contexto do pós-verdade, pontuando-se, a princípio, a existência de uma sociedade alicerçada na estrutura naturalizada do “equilíbrio social”. Essa busca do equilíbrio e da harmonia social pelos discursos bolsonaristas eleitorais em 2018, favorece a aceitação de notícias falsas nos veículos midiáticos. Esse fato aflige diversos setores da sociedade por sua relação direta com verdades consolidadas e vivências imersas nessa realidade.

Aprofundando a análise, é possível verificar impactos nas relações interpessoais e coletivas, no entendimento do que é democracia, além de reverberar a compreensão do que se entende como política no Brasil após a ascensão das fake news e suas relações internacionais, fragilizando tais setores sociais de forma nunca antes vista, pois se caracteriza sobre um contexto político, tecnológico e extremista. Fundamentado a partir de ideologias estruturais e jogos de interesses políticos, que estrategicamente se ampara na criação do senso comum

coexistente em experiências e emoções individuais, sobretudo coletivas, onde se encontra a pós-verdade.

Portanto, as percepções e as narrativas emocionais muitas vezes superam a importância dos dados verificáveis e da realidade objetiva. Isso significa que, mesmo quando evidências factuais estão disponíveis, as pessoas podem ser mais suscetíveis a aceitar informações que confirmem suas opiniões preexistentes por estarem relacionadas aos aprendizados e experiências que atendem concepções coletivas ideológicas e estruturais coexistentes na sociedade, dessa forma sendo incongruente “desmentir o que se quer acreditar”, em detrimento da verdade objetiva.

Contudo, o conceito de “pós-verdade” está imerso em influências conceituais tendenciosas e sectárias do tempo presente. Quando aplicado ao estudo das fake news - fenômeno que ganhou nova configuração com o advento das redes sociais e vem se reconfigurando ao longo do tempo-, o termo exige uma abordagem interdisciplinar para sua devida compreensão. Embora o conceito de “pós-verdade” seja um importante instrumento teórico para compreender o papel das emoções e crenças na formação da opinião pública, ele pode não ser suficiente, por si só, para explicar a aceitação das fake news na sociedade contemporânea. Isso porque a desinformação, sobretudo em contextos políticos, constitui-se como um fenômeno social complexo, enraizado em práticas históricas de poder.

Dessa forma, compreender o fenômeno das fake news sob a ótica da pós-verdade requer ultrapassar a mera análise informacional e adentrar nas dimensões históricas, sociais e digitais que estruturam o comportamento político contemporâneo. As redes sociais, enquanto espaços de sociabilidade e disputa simbólica tornaram-se arenas privilegiadas para a construção de narrativas que mobilizam afetos e reforçam identidades coletivas. Nesse sentido, a História Digital revela-se uma ferramenta metodológica fundamental para investigar os modos como as tecnologias de comunicação influenciam a produção e circulação do conhecimento, a formação de opiniões e a consolidação de crenças políticas. Assim, o estudo das fake news em 2018 evidencia não apenas a transformação dos meios de comunicação, mas também a permanência de estruturas sociais e ideológicas que, ao longo do tempo, continuam a moldar a relação entre informação, poder e sociedade.

5 CONCLUSÃO

Partindo dessas considerações parece evidente que as estratégias de manipulação ocasionadas pelas fake news, implicaram a opinião pública na exacerbada polarização ideológica durante as Eleições de 2018. Esse foi um período político-eleitoral que veiculou e consolidou a propagação seletiva de informações e reforçou crenças religiosas preexistentes às eleições, majoritariamente conservadoras e moralistas. Tais crenças se mantiveram como potenciais parâmetros que revestiram o fenômeno da pós-verdade influenciando os eleitores durante os atos de votação, e fazendo valer convicções pessoais intensamente assediadas pelas notícias falsas, desafiando a integridade do processo eleitoral democrático.

Foi possível sinalizar nesse Capítulo um marco histórico essencial da política brasileira recente e na construção social do fato eletivo, evidenciando alguns dos pré-conceitos estruturalmente fabricados e aparentemente velados, com um potencial extremista e polarizador. Considerou-se nesse artigo que a pós-verdade desempenhou papel significativo no contexto eletivo de 2018, ressaltando-se a importância da compreensão dos fatos sociais que contribuíram para a aceitação de notícias falsas antes, durante e após as eleições. Além disso, o estudo das fake news propõe destacar a influência das redes sociais e plataformas digitais no aprofundamento ideológico de noções como “família, propriedade, tradição”. Tentamos sublinhar a importância de repensarmos a maneira como consumimos informações online e off-line.

Em suma, esta pesquisa procurou analisar os efeitos provocados pela repercussão político-eleitoral das fake news no período das eleições de 2018. Foram evidenciadas para isso as implicações desses efeitos na sociedade brasileira, implicando no desvio do comportamento democrático dos indivíduos nas eleições que foram marcadas por uma série de desafios e controvérsias, sendo o fenômeno das fake news um dos mais significativos. As notícias falsas, disseminadas principalmente através das redes sociais e aplicativos de mensagens, desempenharam um papel crucial na formação da opinião pública e no direcionamento das narrativas políticas durante o processo eleitoral.

Diante desse contexto, as relações éticas e jurídicas tornaram-se centrais nos debates acerca do fenômeno das fake news, sobretudo à luz da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) – nº 13.709/2018, que tem como finalidade a proteção dos dados pessoais e o resguardo dos direitos fundamentais à liberdade, à privacidade e ao livre desenvolvimento da personalidade. A legislação estabelece regras sobre a coleta, o tratamento, o

armazenamento e o compartilhamento de dados, reforçando a necessidade de uma base legal para qualquer forma de tratamento de informações pessoais, conforme dispõe o artigo 7º. Dessa forma, contrapõe-se à utilização indevida de dados de usuários em redes sociais como WhatsApp e Facebook - como ocorreu segundo as pesquisas-, especialmente quando esses dados são empregados sem consentimento para fins políticos ou eleitorais.

A análise realizada evidenciou que as plataformas Facebook e WhatsApp desempenharam papel central na disseminação de fake news durante as eleições de 2018. Conforme destaca Queiroz (2024), o uso indevido de dados pessoais para fins eleitorais, sem consentimento, configura violação da privacidade e desafia da LGPD. Além disso, os algoritmos conservadores, ao reforçarem conteúdos alinhados a determinadas crenças religiosas e morais, contribuíram para a radicalização do discurso político. Essa dinâmica, como já discutido por Castells (2015) e Christina Vital (2020), revela como a comunicação digital se tornou um campo de disputa simbólica, onde o poder circula por meio da informação e da fé.

Consoante a esse dispositivo legal, a Resolução do Tribunal Superior Eleitoral - TSE nº 23.732/2019, em seu art. 9º-C, §1º, dispõe que:

É proibido o uso, para prejudicar ou para favorecer candidatura, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos, que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia (deep fake).

Além das bases legais que vedam a manipulação de dados pessoais e proíbe a circulação de conteúdos inverídicos durante o processo eleitoral, o TSE também restringe a comercialização de bancos de dados com fins políticos. Contudo, quando a discussão envolve o uso de informações de usuários obtidas no Facebook e utilizadas em grupos do WhatsApp, aparecem as limitações para busca resolutiva do problema instaurado, pois o sistema judiciário brasileiro ainda carece de uma interpretação unificada e definitiva. Segundo a BBC News Brasil (2018), existem duas correntes principais: uma considera que, se os números de telefone são disponibilizados publicamente pelos próprios usuários, seu uso seria legítimo; a outra defende que a ausência de transparência no acesso e uso desses dados caracteriza violação da privacidade, configurando prática ilegal.

Esse embate de interpretações jurídicas evidencia a necessidade urgente de uma legislação específica para regular as redes sociais, especialmente diante dos efeitos corrosivos da desinformação. A propagação massiva de fake news contribui para a polarização política, o

enfraquecimento da confiança nas instituições democráticas e a ampliação de um fenômeno que pode ser denominado “desalfabetização digital”, isto é, a falta de habilidades críticas e técnicas para compreender e filtrar informações no ambiente virtual. O fenômeno se intensifica, pois ainda que os usuários não possuam conhecimento suficiente sobre o funcionamento das plataformas digitais, continuam a utilizá-las intensamente, tornando-se alvos fáceis dos algoritmos que potencializam a disseminação de conteúdos falsos.

Além das implicações jurídicas, é necessário considerar os vieses algorítmicos que influenciam diretamente a circulação de conteúdos nas plataformas digitais. Estudos como o de Reis (2019) demonstram que os sistemas de recomendação do Facebook favorecem conteúdos com viés conservador, reforçando ideologias específicas e dificultando o contraditório. Essa lógica algorítmica contribui para a formação de bolhas informacionais, onde os usuários são constantemente expostos a conteúdos que confirmam suas crenças prévias, intensificando a polarização política e a radicalização do discurso. No contexto das eleições de 2018, esse mecanismo foi decisivo para a disseminação de fake news e para o fortalecimento de narrativas moralistas e religiosas que influenciaram diretamente o comportamento eleitoral.

Em vista que, as fake news tiveram um impacto direto e substancial sobre o comportamento dos eleitores. Estudos indicam que a propagação de desinformação pode influenciar a percepção dos candidatos, distorcer a realidade dos fatos e polarizar ainda mais o eleitorado. Este fenômeno não é exclusivo do Brasil, mas se mostrou particularmente influente no contexto político brasileiro, dada a crescente utilização das mídias digitais como principal fonte de informação.

As implicações desse cenário são vastas. Em primeiro lugar, há um desafio para a integridade do processo democrático, uma vez que a desinformação compromete a capacidade dos eleitores de tomarem decisões informadas. Além disso, a proliferação de fake news expõe a necessidade de uma resposta institucional robusta, incluindo medidas regulatórias para as plataformas digitais, a promoção da educação midiática e o fortalecimento do jornalismo profissional.

Em conclusão, a eleição de 2018 destacou a urgência de se abordar o fenômeno das fake news de forma abrangente e coordenada. A manutenção de um processo eleitoral justo e transparente que depende da capacidade das instituições, da sociedade civil e dos próprios eleitores de resistirem à manipulação da informação. Apenas com esforços coletivos e

contínuos será possível mitigar os efeitos nocivos das fake news e assegurar a saúde da democracia brasileira em futuras eleições

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso. **A crítica à checagem de fatos e o “Ministério da Verdade Corporativa”**. 2021.

ALMEIDA, Ronaldo de. **A onda quebrada: evangélicos e conservadorismo**. Caderno CRH, Salvador, v. 32, n. 85, p. 153-170, 2019.

ALTARES, Guillermo. **Las noticias falsas de la Guerra: un ensayo histórico**. El País, Madrid, 2018.

ARRUDA, E.; TADEU, H. **Fake news como tática política: reflexões críticas**. Revista Eletrônica de Comunicação, 2020.

BARRETO, M.; VENTURI, G. **Reação conservadora e fake news no Brasil contemporâneo**. In: SUASSUNA, C. (org.). *Fake news e democracia no Brasil*. Recife: Ed. Universitária, 2023. p. 13-25.

BBC NEWS BRASIL. *Eleições 2018: softwares são usados para coletar telefones e enviar mensagens em massa pelo WhatsApp*. São Paulo: BBC Brasil, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45910249>. Acesso em: 04 out. 2025.

BELLO, Enzo; et al. **Lava Jato e democracia: uma análise crítica**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2021.

BLOCH, Marc. **Réflexions d’un historien sur les fausses nouvelles de la guerre**. Revue de Synthèse Historique, Paris, v. 33, p. 182-198, 1921.

BRASIL. *Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018*. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965/2014 (Marco Civil da Internet). Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm. Acesso em: 08 out. 2025.

BRUZZONE, Sebastián. **Ciberpopulismo e democracia digital**. Revista Latinoamericana de Política Comparada, Buenos Aires, v. 15, p. 45-68, 2021.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

_____. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA ECONÔMICA (CADE). Nota Técnica nº 34/2017/CGAA4/SGA1/SG. Brasília: CADE, 2017. Publicada no *Diário Oficial da União*, 2017.

COMPROVA. **Projeto Comprova**. 2024. Disponível em: <https://projeto comprova.com.br>. Acesso em: 7 jul. 2024.

COMPARATO, Fábio Konder. **A democracia e os direitos fundamentais no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2007.

COIMBRA, Marcos. **A cabeça do eleitor: quem são, como pensam e por que votam os brasileiros**. São Paulo: Contexto, 2018.

CUNHA, Christina Vital da. **Religião e política: uma análise das dinâmicas evangélicas nas eleições de 2018**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2020. Disponível em: <https://br.boell.org>. Acesso em: 07 out. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. **Grupos de WhatsApp impulsionam campanhas políticas e religiosas nas eleições de 2018**. *São Paulo: Folha de S. Paulo*, 2018. Disponível em: <https://www.folha.uol.com.br>. Acesso em: 04 out. 2025.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **Estudo sobre redes de robôs e fake news**. Rio de Janeiro: FGV Comunicação, 2017.

_____. FGV/DAPP. **Relatório de pesquisa sobre confiança política e redes sociais**. Rio de Janeiro: FGV/DAPP, 2017. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/d49d54c2-f5a1-4b21-ac66-992ec15ebaaa/content>. Acesso em: 08 out. 2025.

GALEANO, Eduardo. **As veias abertas da América Latina**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971.

G1. Pesquisa Datafolha: veja perfil dos eleitores de cada candidato a presidente por sexo, idade, escolaridade, renda e região. G1, 03 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/03/pesquisa-datafolha-veja-perfil-dos-eleitores-de-cada-candidato-a-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-e-regiao.ghtml>. Acesso em: 09 out. 2025.

GOMES, Wilson. **A democracia no mundo digital: fake news e fact-checking**. Salvador: EDUFBA, 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Censo Demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. Rio de Janeiro: IBGE, 2012. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 08 out. 2015.

JARDELINO, F.; et al. **Fake news e eleições presidenciais de 2018**. *Revista de Estudos Políticos*, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 1-25, 2020.

KWET, Michael. **Digital colonialism: US empire and the new imperialism in the Global South**. *Race & Class*, v. 60, n. 4, p. 1-23, 2021.

LIPPOLD, N.; FAUSTINO, J. Colonialismo digital e big techs no Brasil. **Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, v. 45, n. 2, p. 55-74, 2022.

LUPA. Agência Lupa. 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 15 ago. 2025.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

MELLO, Patrícia Campos. **Empresários bancam disparo de mensagens contra o PT no WhatsApp**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 18 out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 05 out. 2025.

MENESES, José. **Fake news: origens e usos políticos**. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa, 2018.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR. **Relatório sobre neutralidade de rede e zero rating no Brasil**. São Paulo: NIC.br, 2018. Disponível em: <https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/13/Guia%20Internet,%20Democracia%20e%20Elei%C3%A7%C3%B5es.pdf>. Acesso em: 06 out. 2025.

OLIVEIRA, R.; ASSIS, T. **Agências de checagem e o jornalismo no Brasil**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 15-28, 2020.

OXFORD LANGUAGE. **Word of the Year: Post-truth**. Oxford: Oxford University Press, 2016.

PAPO DIGITAL. **Relatório de pesquisa sobre o uso das redes sociais no Brasil**. São Paulo: Agência Hello, 2018. Disponível em: <https://helloresearch.com.br/#estudos1>. Acesso em: 08. Out. 2025.

QUESSADA, Dino. **Evangélicos, teologia da prosperidade e política no Brasil**. Revista Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, v. 59, n. 1, p. 1-12, 2023.

REILLY, Ian. **Fake news and propaganda in the digital age**. Londres: Routledge, 2018.

REIS, Livia. **Mulheres, moral e política: o conservadorismo religioso nas eleições brasileiras de 2018**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 36, n. 107, 2021.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. Educação & Realidade, v. 20, n. 2, p. 71–99, 1995.

SILVA, J.; et al. **Fact-checking no Brasil: o caso da Agência Lupa**. Comunicação & Sociedade, São Paulo, v. 41, p. 417-433, 2019.

TORMEY, Simon. **Populism: A beginner's guide**. Londres: Oneworld, 2019.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL (TSE). **Agência Fato ou Boato**. Brasília: TSE, 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br>. Acesso em: 8 set. 2025.

_____. **Resolução nº 23.732, de 27 de fevereiro de 2019. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral**. Brasília: TSE, 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 08 out. 2025.

UOL ELEIÇÕES 2018. **Bolsonaro lidera entre evangélicos e eleitorado feminino, aponta pesquisa**. São Paulo: Estadão, set. 2018. *in* O ESTADO DE S. PAULO. Disponível em:

https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/agencia-estado/2018/09/11/ibope-bolsonaro-lidera-entre-mulheres-e-evangelicos.htm?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 06, out. 2025.

VITAL DA CUNHA, Christina. **Religião e política**: uma análise da atuação de lideranças evangélicas nas eleições de 2018. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2020.

WICHOWSKI, Alexis. **The digital democracy and post-truth politics**. New York: Oxford University Press, 2017.

WÜNSCH, M.; FERREIRA, L. **Fake news e democracia no Brasil contemporâneo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2021.