

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Direito

Lavínia Assis Bocchino

TECNOPOPULISMO: FAKE NEWS E O FUTURO DA DEMOCRACIA

Belo Horizonte
2022

Lavínia Assis Bocchino

TECNOPOPULISMO: FAKE NEWS E O FUTURO DA DEMOCRACIA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Direito.

Orientador: Prof. Dr. José Adércio Leite Sampaio

Área de Concentração: Democracia, Constituição e Internacionalização

Linha de Pesquisa: Constitucionalismo Democrático

Belo Horizonte

2022

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

B664t Bocchino, Lavínia Assis
Tecnopopulismo: *fake news* e o futuro da democracia / Lavínia Assis
Bocchino. Belo Horizonte, 2022.
137 f.

Orientador: José Adércio Leite Sampaio

Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Programa de Pós-Graduação em Direito

1. Tribunal Superior Eleitoral. 2. Populismo - Brasil. 3. Tecnologia - Aspectos sociais. 4. Desinformação. 5. Democracia. 6. Direitos fundamentais. 7. Sistema eleitoral - Brasil. 8. Crise política. I. Sampaio, José Adércio Leite. II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Direito. III. Título.

CDU: 341.2

Ficha catalográfica elaborada por Elizângela Ribeiro de Azevedo - CRB 6/3393

Lavínia Assis Bocchino

TECNOPOPULISMO: FAKE NEWS E O FUTURO DA DEMOCRACIA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Direito.

Área de Concentração: Democracia, Constituição e Internacionalização

Linha de Pesquisa: Constitucionalismo Democrático

Prof. Dr. José Adércio Leite Sampaio - (Orientador – PUC Minas)

Profa. Dra. Edilene Lôbo - (Universidade de Itaúna)

Prof. Dr. Flávio Couto Bernardes - (PUC Minas)

Belo Horizonte, 10 de maio de 2022

*Aos meus pais, Kawlpter e Wangress,
e à minha irmã, Larissa Bocchino,
por todo o incentivo e apoio.*

AGRADECIMENTOS

Com certeza, o percurso desta caminhada no mestrado não foi fácil, principalmente durante a crise sanitária global devido à Covid-19, ainda assim, é um grande privilégio, sobretudo no nosso país, estudar em uma Universidade como a PUC Minas.

Agradeço a Deus por todas as bênçãos que me foram concedidas durante esta jornada, desde meu nascimento, em uma Família tão unida e amorosa, até aos grandes amigos que fiz nesta vida.

Aos meus Pais, Kawlpter Prates Bocchino e Wangress Assis Bocchino, meus heróis, meus anjos da guarda, meu equilíbrio, agradeço por serem a ponte para tudo aquilo que conquistei; vocês sempre estiveram ao meu lado me dando todo o apoio e incentivo.

Ademais, agradeço-lhes pela melhor amiga que me deram, minha querida Irmã Larissa Assis Bocchino, minha companheira de vida e que tanto amo.

Aos meus avós, Julimar e Francesco, Graça e Wandinho (in memoriam), Rodrigo, agradeço todo o carinho e amor.

Aos meus amigos de infância, Letícia Morais, Giuseppe Arenare e Laura Fernandes, os irmãos que escolhi, agradeço as risadas, as brigas que nos fortaleceram e, principalmente, a boa e velha companhia.

Aos meus amigos de faculdade e de vida, Elis Quintela, Paula Labiapari, Catherine Espeschit, Renatha Amaral, Tamires Batista, Mariana Wamser, Marcel Chaves, Paulo Mazzoni, Rosana Sampaio, Barbara Choucair e Maria Cecília, agradeço a parceria e apoio.

Ao Victor Nascimento agradeço imensamente pelo suporte, companhia e aprendizados durante os momentos mais difíceis da pandemia.

Ao amigo Gabriel Coupe agradeço por cuidar da minha irmãzinha quando estou longe. As famílias que chamo carinhosamente de Adams (Keith, Fábio, Alice e Arthur), Cabral (Zija, Adriano, J.P e Fran) e Jesus (Gau, Kiko, Gui, Helena, Lídia, Fred, Theus e Lucca) e aos meus padrinhos Aurélio, Jéssica, Joelma e Renato agradeço o carinho e amor de sempre.

Um agradecimento a Simone, Diana, Naíde e Joyce, pessoas admiráveis, que sempre tiveram muito zelo por mim. E, de forma muito especial, agradeço a todos os meus Familiares que de forma direta ou indireta contribuíram nessa conquista.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo financiamento de bolsa durante o segundo semestre de 2020, o qual foi fundamental para a realização deste trabalho.

Aos amigos do grupo de pesquisa Algotatr.IA que foram além das salas de aulas para aprimorar nosso estudo sobre tecnologia e Direito.

Ao Comitê de Bolsas do Programa de Pós-Graduação da PUC MINAS, com os ilustres Professores Marciano Godoi, Adriano Stanley, Maria Cecília Teodoro e Igor Soares, que com muito zelo e humanidade tentam auxiliar os bolsistas da instituição.

Gostaria de agradecer à Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, aos Professores, Funcionários e aos meus Colegas de sala de aula, em especial a Camila, Luana, Giselle, Isaque, Jamilla e Ícaro pelo crescimento pessoal e acadêmico que me foi proporcionado.

À Professora e amiga Meire Furbino, fonte de inspiração durante o mestrado, por todos os ensinamentos e ajuda, mas certamente pelas risadas e conversas alentadoras.

Por fim, ao meu orientador, Professor José Adércio Leite Sampaio, pela orientação, incentivo e, principalmente, por ser alguém que tanto admiro em competência e conhecimento.

Muito obrigada.

RESUMO

O presente trabalho parte da compreensão terminológica do termo populismo e suas variações, no contexto eleitoral brasileiro, até alcançar seu ressignificado mais moderno: o tecnopopulismo. Conforme as investigações, a característica mais preponderante desse fenômeno é a manipulação das massas, que, ao longo dos anos, se reverberou de vários modos, e um, em especial, representa grande ameaça à democracia, qual seja, a disseminação de desinformação, atualmente denominadas *fake news*. Tem-se como escopo entender essa técnica, que agrega diversas complicações desde sua nomenclatura, meios de propagação, à identificação e responsabilização dos agentes que lhe dão causa. Para tanto, a pesquisa abrange diversas soluções, tais como o uso de tecnologia, como o WhatsApp Monitor, para auxiliar o trabalho das agências de checagem de fato, medidas jurídicas, como Projeto de Lei 2.630/2020, parcerias entre o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e os veículos de comunicação, educação digital e a estratégia *follow the money*. Observa-se que não há remédio único ao problema e que, por isso, as propostas analisadas devem ser postas em conjunto. Ressalta-se, ainda, a linha tênue ao tratar o tema quanto à necessidade de proteção do direito fundamental à liberdade de expressão, em contraste aos abusos a esse direito. A metodologia aplicada foi a documental e bibliográfica, mediante pesquisas de origem nacional e estrangeira. Destacam-se os estudos do Team Populism, iniciativa global, para examinar os discursos de líderes populistas, a organização First Draft, o programa Digital Future Society, o Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS) e Grupo de Pesquisa Algotr.IA, para o exame da desinformação em massa. Por fim, conclui-se a importância da desarticulação da tática de disseminação massiva das *fake news* para o enfraquecimento do atual tecnopopulismo, a fim de garantir o debate público consciente e proteger as instituições democráticas.

Palavras-chave: Populismo. Tecnopulismo. *Fake news* (desinformação). Democracia. Direitos humanos/fundamentais. Análise de soluções.

ABSTRACT

The present work starts from the terminological understanding of the term populism and its variations, in the Brazilian electoral context, until reaching its most modern meaning: technopopulism. According to research, the most prevalent characteristic of this phenomenon is the manipulation of the masses, which, over the years, has reverberated in various ways, and one in particular represents a major threat to democracy, namely, the dissemination of misinformation, currently called fake news. The aim is to understand this technique, which has several complications, from its nomenclature and means of propagation to the identification and accountability of the agents that cause it. To this end, the research covers various solutions, such as the use of technology, like WhatsApp Monitor, to assist the work of fact-checking agencies, legal measures, like Bill 2.630/2020, partnerships between the Superior Electoral Court (TSE) and communication vehicles, digital education, and the follow the money strategy. It is noted that there is no single remedy to the problem and that, for this reason, the proposals analyzed should be put together. We also emphasize the fine line in dealing with the theme regarding the need to protect the fundamental right to freedom of expression, in contrast to the abuses of this right. The methodology applied was documentary and bibliographical, by means of national and foreign research. We highlight the studies of Team Populism, a global initiative, to examine the speeches of populist leaders, the organization First Draft, the Digital Future Society program, the Institute of Technology and Society (ITS) and Algotatr.IA Research Group, for the examination of mass disinformation. Finally, it concludes the importance of defusing the tactic of mass dissemination of fake news for the weakening of the current technopopulism in order to ensure informed public debate and protect democratic institutions.

Keywords: Populism. Technopulism. Fake news (disinformation). Democracy. Human/fundamental rights. Solution analysis.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	POPULISMO: EVOLUÇÃO AO TECNOPOPULISMO, CRISE DEMOCRÁTICA E USO DO INSTRUMENTO <i>FAKE NEWS</i>	23
2.1	A crise democrática na era digital: Desinformação (<i>fake news</i>) como o instrumento da manipulação tecnopopulista	23
2.2	História do populismo no Brasil	28
2.3	Terminologia e ramificações	35
2.3.1	<i>Tecnopopulismo</i>	41
2.4	Análise do (tecno)populismo no Brasil	45
3	<i>FAKE NEWS</i> (DESINFORMAÇÃO): HISTÓRIA E COMPREENSÃO DO INSTRUMENTO	56
3.1	<i>Fake news</i> (desinformação) na história	56
3.2	<i>Fake news</i> (desinformação) na era digital	59
3.3	Compreensão do instrumento <i>fake news</i>: terminologia e tática	61
4	ANÁLISE DE SOLUÇÕES: AVANÇOS E OBSTÁCULOS	66
4.1	Combate às <i>fake news</i> com o uso de especialistas e tecnologia	66
4.1.1	<i>Agências de checagem de fato</i>	66
4.1.1.1	<i>Projeto Comprova</i>	67
4.1.1.2	<i>Projeto Credibilidade</i>	68
4.1.1.3	<i>Lupa</i>	71
4.1.1.4	<i>Agência Pública</i>	73
4.1.2	<i>Deteção por tecnologia algorítmica</i>	74
4.1.2.1	<i>Estudo de técnicas avançadas</i>	74
4.1.2.2	<i>WhatsApp Monitor</i>	79
4.1.2.3	<i>PegaBot</i>	83
4.2	Educação digital e midiática	85
4.3	Regulamentação	91
4.3.1	<i>Inquérito das <i>fake news</i></i>	92
4.3.2	<i>Milícia digital</i>	96
4.3.3	<i>Projeto de Lei 2.630/2020</i>	97
4.3.4	<i>Medidas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)</i>	110
4.4	Estratégia <i>Follow the Money</i> (Siga o dinheiro)	113
5	CONCLUSÃO	118
	REFERÊNCIAS	121

1 INTRODUÇÃO

Democracia, originalmente *demokratía*, do grego antigo, vem da união entre *demos* (poder) e *kratos* (povo), que representa a base ocidental da ideia de um ‘governo do povo’. Um ideal caro confeccionado ao longo da história humana e que o constitucionalismo brasileiro visa proteger a todo custo. No preâmbulo da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, institui-se o Estado Democrático e, no parágrafo único do art. 1º, dispõe que o poder emana do povo, que o exerce por meio de uma democracia indireta representativa ou direta. Para preservação dessa soberania popular, a Constituição também estabelece como cláusulas pétreas, conforme seu art. 60 § 4º, a inalterabilidade e proteção permanente da forma federativa de Estado; o princípio da separação dos Poderes; o direito ao voto direto, secreto, universal e periódico e, por fim, os direitos e garantias individuais previstos na Constituição.

O populismo se utiliza da força que o ideal ‘poder do povo’ carrega, em prol da manutenção e para dar legitimidade ao poder tirano do líder populista. Tal arte de manipular as massas, no âmbito político, teve início por volta do século XVII, com a mobilização dos trabalhadores rurais nos EUA, e século XIX, com o movimento *narodnik*, na Rússia, mas que reverbera mundialmente de modo devastador até os dias atuais. Por isso, identificar a estratégia populista antes que seus responsáveis assumam o poder é fundamental para a sobrevivência da democracia.

O populismo, diferente de uma ditadura descarada, mantém uma falsa democracia, usa o discurso para elevar o ‘povo’ e cria um inimigo para culpar os cânceres socioeconômicos da sociedade. Os eleitores populistas, por raiva e medo, se sentem representados e protegidos por aqueles que fazem os problemas complexos parecerem ter soluções simplistas. O termo ‘populismo’ não é recente na história da política brasileira, tendo em vista que suas primeiras aspirações surgiram a partir da Revolução de 1930. Ademais, como será mostrado na pesquisa, o populismo está presente tanto nos grupos de esquerda, direita quanto de centro, bem como possui classificação temporal, como populismo de primeira, segunda e terceira geração, ‘neopopulismo’ e, por fim, ‘tecnopopulismo’ ou ‘cyberpopulismo’.

Diante desses e outros diversos sentidos e classificações dados ao populismo, o presente trabalho tenta compreender o termo por meio das similaridades e distinções entre os posicionamentos, a seguir, estudados. Serão utilizadas as pesquisas do “Team Populism¹”,

¹ Team Populism reúne acadêmicos renomados da Europa e das Américas para estudar as causas e consequências do populismo. O grupo mundial de pesquisa busca responder por que alguns partidos, líderes ou

projeto global apoiado pelo “The Guardian”², que, por meio de “Textual Analysis”³, analisa o grau de “populismo” contido nos discursos de líderes políticos. Assim, para compreender o motivo pelo qual as pessoas apoiam líderes populistas, o respectivo grupo de pesquisadores utiliza do método “Expert Survey”⁴, pautando-se na opinião dos eleitores e especialistas da área.

Após as análises, tem-se que o populismo é um estilo político de manipulação das massas, diante de crises socioeconômicas e de representatividade democrática. O uso dos meios de comunicação para propagar uma ‘verdade’ que contrapõe a ciência e as instituições do Estado, além da auto promoção, é uma técnica promissora do governo populista. A disseminação dessas mentiras é eficaz por um caráter psicológico, que atinge o emocional da pessoa e alimenta suas dúvidas e receios devido ao viés confirmatório; despreparo institucional, ausência de instrumentos efetivos na identificação e punição dos responsáveis; e, por fim, a tecnologia, fundamental para a ampliação dessa desinformação.

O tecnopopulismo é a combinação do populismo tradicional com as técnicas algorítmicas, associado ao uso de *bots* (robôs)⁵, *microtargeting* (propaganda micro direcionada) e possibilitado pelo *Big Data*⁶, a grande acumulação de dados, que, por algoritmos, podem ser extraídos e analisados para prever o comportamento humano, segmentando os usuários em grupos alvos para o tipo de propaganda perfeita mostrada na hora, lugar e pessoa corretos. Para convencer, vale tudo, principalmente na política, e esse

movimentos populistas são mais bem sucedidos do que outros. Estudam diversos níveis de análise e se baseiam em diferentes ferramentas metodológicas, incluindo experimentos, pesquisas e análises comparativas. Para facilitar esse trabalho, equipes individuais são organizadas em torno de tarefas funcionais. É considerado o banco de dados mais atualizado, abrangente e confiável do discurso populista no mundo, encomendado pelo The Guardian, em 06 de março de 2019. Referida avaliação está disponível em <<https://www.google.com.br/amp/s/amp.theguardian.com/world/2019/mar/06/how-we-combed-leaders-speeches-to-gauge-populist-rise>>. Acesso em 04 de abril de 2019.

² The Guardian é um jornal Britânico de grande circulação, que faz parte do Guardian Media Group, propriedade do The Scott Trust Limited, fundada em 1936, que visa a garantir a independência financeira e editorial do The Guardian para proteger a liberdade jornalística sem interferência comercial ou política. Tornou-se uma sociedade anônima em 2008, da qual todos os lucros são reinvestidos em jornalismo.

³ “Textual Analysis” consiste em uma análise textual para medir o nível de populismo nos diferentes discursos de partidos e políticos. O líder desta equipe é o Bruno Castanho Silva (University of Cologne).

⁴ “Expert Survey” visa a construir um banco de dados comparativo cobrindo partidos e sistemas partidários na Europa e na América Latina. Para tanto, é usada para explorar questões a nível individual, vinculando dados de pesquisas sobre as posições dos participantes, mas também perguntas de nível agregado.

⁵ “Bot [Robô] é um programa de computador ou um script que contém um conjunto de instruções (ou tarefas) que operam para realizar algum tipo de automação.” (CERQUEIRA, 2020).

⁶ “Big Data é a análise e a interpretação de grandes volumes de dados de grande variedade.” (CANALTECH, [21]). Também caracterizado como um “componente fundamental de uma nova lógica de acumulação profundamente intencional e com importantes consequências” (Zuboff, 2018, p. 18), que busca prever e modificar o comportamento humano e, a partir daí, produzir receitas e controlar o mercado.

avanço tecnológico possibilitou a ampliação das *fake news* (desinformação), discursos de ódio, teorias da conspiração e *bobble filters* (bolhas de filtro)⁷.

A disseminação massiva e intencional de desinformação, ampliada pelas novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), tornou-se uma das ferramentas mais poderosas na manipulação eleitoral do tecnopopulismo. Agir em um ambiente difícil de regulamentar e fiscalizar, como a internet, é o cenário propício para atores populistas propagarem suas *fake news*, contestando as instituições do Estado, a ciência, ameaçando os direitos humanos fundamentais, como o acesso à informação, liberdade de expressão e privacidade, pilares da democracia para o exercício do debate público, e o direito ao voto. Na era digital e da pós-verdade, a democracia está em crise.

A partir do escândalo da *Cambridge Analytica*, em 2016, durante as eleições presidenciais americanas, o termo '*fake news*' se popularizou. As manobras que a empresa utilizava consistiam na extração dos dados dos usuários, até mesmo sem a autorização destes, de redes sociais como o Facebook, para analisar seus perfis, segmentando-os em grupos de eleitorado. Após essa etapa, era possível direcionar a propaganda ideal para aquele determinado tipo de eleitor, tanto para promover o candidato que havia contratado esses serviços, quanto para gerar conteúdo enganoso sobre candidato adversário.

Neste mesmo ano, o referendo do Brexit, no Reino Unido, também sofreu com a micro-segmentação de eleitores e disseminação das *fake news*. Em 2017, a campanha de Macron, nas eleições francesas, foi bastante atacada com vazamento de dados e *fake news*. O Movimento 5 Estrelas, fundado pelo comediante e político Beppe Grillo, nasce em 2009, na Itália, mas ganhou força e popularidade somente nas eleições de 2013. Isso se deu depois do agravamento da crise na Eurozona, com a criação dos blogs '*beppegrillo.it*' e '*ilblogdellestelle.it*', desenvolvendo sua própria rede de desinformação, teorias das conspirações e angariando seus aliados a favor de uma democracia direta via internet. No cenário brasileiro, a situação não foi diferente, já que o tecnopopulismo também preponderou. As eleições para presidente em 2018 foram marcadas pela disseminação massiva de desinformação, principalmente, pela plataforma do WhatsApp, devido a sua proteção criptográfica de ponta e de difícil rastreamento.

O uso da internet por atores populistas para propagação das *fake news* e, consequentemente, a manipulação eleitoral, se tornou um caminho muito eficaz e um problema global, devido a maior velocidade e alcance da disseminação do conteúdo vicioso.

⁷ Termo cunhado por Eli Pariser (2011) em sua obra "*The Filter Bubble: what Internet is hiding from you*"

Ademais, isso dificulta a ação dos poderes legislativo e judiciário, que não conseguem acompanhar o rápido avanço tecnológico, e, em virtude da complexidade de fiscalização e regulamentação das redes sociais, os mecanismos legais também encontram bastantes empecilhos para rastrear e punir os responsáveis.

Compreender esse instrumento de desinformação utilizado por atores populistas, que formam verdadeiras milícias digitais, é fundamental para combater o tecnopopulismo e proteger o Estado Democrático de Direito. Para tanto, se faz necessário entender as *fake news* como um recurso poderoso e artil do populismo, denominado de forma simplista diante dos dilemas e problemas complexos que abarca, como será demonstrado na pesquisa, principalmente pelos estudos do instituto First Draft e Digital Future Society.

Tem-se como último escopo deste trabalho, analisar os avanços e obstáculos das principais soluções no combate às *fake news* por atores populistas, as quais englobam (1) o uso de especialistas que atuam nas agências de checagem de fatos, como o Projeto Comprova, a Agência Pública, a Lupa e o Projeto Credibilidade; (2) o uso de tecnologia algorítmica, que é um meio mais rápido de auxiliar os especialistas e as plataformas de mídia digital, com destaque para a criação do WhatsApp Monitor, desenvolvido pelos cientistas da computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), e a iniciativa do Instituto de Tecnologia e Sociedade para identificar perfis falsos no Twitter, o ‘PegaBot’; (3) a educação digital e midiática, com o desenvolvimento de jogos educativos e de campanhas de conscientização; (4) aplicação de medidas legais e tentativa de regulamentação, como o Projeto de Lei das *Fake News* 2.630/2020, propositura de inquéritos pelo poder judiciário para investigar as milícias digitais, parceria do Tribunal Superior Eleitoral com as redes sociais mais populares, a fim de promover ações como ‘remoção’ e ‘retificação’ de conteúdo, banners informativos e bloqueio de perfis; (5) a estratégia *Follow the Money* (Siga o Dinheiro), para rastrear e enfraquecer os principais agentes envolvidos no financiamento das campanhas populistas de disseminação das *fake news*.

Apesar dos avanços dessas iniciativas, ainda há obstáculos que dificultam seu alcance e eficácia. Alguns dos principais desafios é o rastreamento dos responsáveis, devido ao anonimato na internet, e seu combate, sem ferir o direito fundamental à liberdade de expressão, mas também sem permitir a impunidade dos abusos a esse direito. Medidas necessárias e mais duras, como remoção de conteúdo e bloqueio de perfis, devem ser aplicadas com cautela e parcimônia para não incorrer em censura prévia, proibida pela legislação brasileira. Bem como a atuação do direito penal deve ser limitada às situações realmente graves, e quando não houver alternativas.

Na era digital, a tecnologia potencializou as ameaças populistas, principalmente com o uso da arquitetura de produção de *fake news* (desinformação). A manipulação engenhosa do processo eleitoral põe em severo risco a democracia, por isso, o enfrentamento do tecnopopulismo se faz fundamental para a proteção dos direitos humanos/fundamentais, tais como a liberdade de expressão e o acesso à informação verídica para que se possa garantir o debate consciente e plural, o exercício do voto livre de máculas e a legitimidade da soberania popular.

2 POPULISMO: EVOLUÇÃO AO TECNOPOPULISMO, CRISE DEMOCRÁTICA E USO DO INSTRUMENTO *FAKE NEWS*

2.1 A crise democrática na era digital: Desinformação (*fake news*) como o instrumento da manipulação tecnopopulista

Os estudos acerca do populismo são importantes para auferir as potenciais fragilidades na democracia. Sendo assim, mesmo depois da transição de governos autoritários para o desenvolvimento de uma democracia, a missão para o fortalecimento democrático carece de reparos, tendo em vista que, as instituições democráticas brasileiras, assim como a maior parte dos países da América Latina, não são devidamente consolidadas, ainda que determinadas questões, como o populismo, não ameacem diretamente o retorno de um regime autoritário.

Segundo Lenio Luiz Streck e José Luis Bolzan de Moraes (2014), o cientista político Guilherme O' Donnel, em 1991, constatou uma espécie de democracia que atingiu os países da América Latina que haviam acabado de sair de regimes ditatoriais, seria ela: a “democracia delegativa”. Neste sentido, o que ocorre é uma delegação, isto é, ao invés de os eleitores serem representados pelos candidatos eleitos, quem é vencedor nas eleições presidenciais pode governar o país da forma que bem entender, sem necessidade de cumprir com o que havia prometido durante a campanha:

Como essa “figura paternal” precisa cuidar do conjunto da nação, é quase óbvio que sua sustentação não pode advir de um partido; sua base política tem de ser um movimento, a superação supostamente vibrante do facciosismo e dos conflitos que caracterizam os partidos. Tipicamente, os candidatos presidenciais vitoriosos das democracias delegativas se apresentam como estando acima de todas as partes, isto é, dos partidos políticos e dos interesses organizados. (STRECK; BOLZAN DE MORAIS, 2014, p. 119-120).

Alguns dos fatores que contribuem para a legitimação da democracia delegativa são, por exemplo⁸, o voto do eleitor baseado na pessoa do candidato e não no partido a que este se

⁸ O jurista Alexandre Travessoni (Pós-Doutor pelo Instituto de Filosofia da Universidade Saarland, Alemanha - 2005. Pós-Doutor pela Cátedra de Filosofia do Direito Público da Universidade de Kiel, Alemanha - 2010/2011, sob supervisão do Prof. Dr. Robert Alexy. Mestre e Doutor em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais, área de concentração em Filosofia do Direito. Professor Adjunto III da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais e Professor Associado IV da Universidade Federal de Minas Gerais), diante da problemática e calorosa eleição de 2018, no Brasil, apresentou uma proposta interessante para se alcançar uma democracia real: imaginem uma eleição com dois turnos, e 5 candidatos: A, B, C, D e E. No primeiro turno A recebe 22% dos votos, B 21%, C, 15%, D 14%, E 13%, e 15% votam em branco. A e B vão para o segundo turno. Digamos que, entre os eleitores de C, D e E, a grande maioria rejeite tanto A quanto B. No segundo turno eles não terão outra opção, a não ser votar em A ou B, ou, é claro, em branco. Uma eleição de três turnos minimizaria esse problema. Imagine agora que os mesmos candidatos concorressem em uma eleição de três turnos, e que no primeiro turno eles recebam a mesma quantidade de votos mencionada acima. Seriam então selecionados para o segundo turno

filia; a promoção “salvacionista” do candidato frente às crises sociais e econômicas emergentes; a “marginalização dos partidos políticos e do Congresso nas decisões mais importantes”⁹, em razão, principalmente, ao número alto de edição de medidas provisórias, o que os autores denominam de “decretismo”.

Na democracia delegativa não há de fato representação política, fomentando, portanto, uma democracia que não é verdadeiramente legítima. Esta crise de representatividade, conforme Streck e Bolzan de Moraes (2014), é consequência da “fantoquização” da democracia, decorrente da não possibilidade real de escolha pela população. Apesar da descredibilidade nos instrumentos de representação, como as eleições, e a falta de identificação da população com os partidos políticos, pelas “pesquisas acadêmicas e pelos registros da imprensa verifica-se que o povo não é indiferente aos assuntos públicos e deseja poder exercer maior influência.” (DALLARI, 2000, p. 485)

Neste viés, atualmente, o que se busca são diferentes fórmulas de uma democracia mais participativa¹⁰. Para Bolzan de Moraes (2011, p.71), essa proposta pode ultrapassar a legitimidade dos “esquemas procedimentais característicos da democracia representativa”, pois rearticula os espaços públicos. Entende-se que esta nova alternativa democrática é uma espécie do gênero “democracia liberal”, pois reconhece a garantia das liberdades individuais, limitando o poder do Estado. Numa democracia deliberativa, “a sociedade civil organizada teria acesso às formas de controle da administração pública. Sem excluir o direito de voto, os

os candidatos A B e C. Como a maioria dos eleitores de D e E rejeitam tanto A quanto B, a maioria deles migra, no segundo turno, para C. Digamos que, no segundo turno, A passe a ter 30%, B 25% e C 31%. A e C vão para o terceiro turno e então, finalmente, nesse terceiro turno C vence A com maioria dos votos. Um procedimento de mais turnos seria mais democrático. Ele não é adotado apenas por motivos econômicos e organizacionais. Quanto maior o número de turnos mais democrática seria a eleição. O ideal seria que o número de turnos fosse proporcional ao número de candidatos:

$$T = C - 1$$

Onde T representa o número de turnos e C o número de candidatos

Em cada turno seria eliminado um candidato, e o processo de escolha teria (formalmente) seu grau de legitimidade maximizado. (TRAVESSONI, 2018).

⁹ Lenio Streck e José Luis Bolzan de Moraes atribui três consequências para o referido problema: a) aprofunda os próprios defeitos que são imputados a essas instituições; b) quando finalmente e fatalmente o Executivo precisa de apoio legislativo, está fadado a encontrar um congresso não apenas ressentido; ele enfrentará também um Congresso que não se sente politicamente responsável por políticas públicas que começaram por ignorá-lo; essa situação, juntamente com as críticas do Executivo à lentidão e “irresponsabilidade” de um Congresso que recusa o apoio requerido, são fatores importantes do acentuado declínio do prestígio de todos os partidos e políticos. (STRECK; MORAIS, 2014, p. 122).

¹⁰ Para melhor compreensão sobre o tema, acerca das concepções mistas ou ecléticas da democracia, que segundo o Constitucionalista José Adércio Leite Sampaio (2003), destaca-se 04 vertentes, quais sejam, 01 procedimentalismo deliberativo amplo, (2) procedimentalismo deliberativo discursivo, (3) democracia participativa ou semi-direta e (4) teoria radical pós-moderna, recomenda-se a leitura da obra: SAMPAIO, José Adércio Leite. Democracia, Constituição e Realidade. Revista Latinoamericana de Estudos Constitucionais, Belo Horizonte, n.1, p. 741-823, jan./jun. 2003.

cidadãos, livres e iguais, por meio de discussões democráticas, tomariam decisões sobre as políticas públicas adotadas pelos governos”¹¹.

As novas alternativas de democracia, contudo, vêm enfrentando dificuldades para se ascenderem no Brasil. Marcello Baquero acredita que a causa do respectivo problema seja a estagnação dos países da América Latina no que o autor denomina de democracia inercial. Para entender a colocação, se faz necessário compreender a lei da inércia, a qual significa que todo corpo tende a permanecer no estado em que se encontra, ou seja, resistindo à mudança. Quanto mais pesado o corpo mais difícil movimentá-lo, pois se deve imprimir uma força oposta maior, e se o corpo permanece no lugar é porque as forças que atuam sobre ele anularam-se. Pois bem, imagine que este corpo seja a democracia brasileira e que existam duas forças equivalentes que a puxem em sentidos opostos, ora se as forças são iguais, significa que a democracia ficará inerte.

Segundo o autor (BAQUERO, 2018), as forças contrárias que tornam a democracia brasileira inerte, se devem à assimetria entre economia e cultura política. De acordo com o autor, no Brasil, políticas liberais, para ensejar o crescimento econômico, acabam por gerar tanto uma melhora na economia, mas também, aumentam a desigualdade social. Por outro lado, as políticas voltadas para acabar com a desigualdade social, resultam no seu decréscimo, ao passo que, diminuem o crescimento econômico. Assim, ao longo da história brasileira, as políticas eram voltadas a esses dois focos, no entanto, os resultados, a depender do que se investia, eram inversos, e essa assimetria gera uma descredibilidade da população nas instituições políticas.

No Brasil, está internalizada uma cultura de cidadão apenas “espectador”, sem a força participativa necessária para se organizar, pressionar e fiscalizar as instituições públicas. Ressalta Marcello Baquero (2018):

O esgotamento da paciência dos cidadãos com um processo político lento e ineficiente, em minha opinião, produz uma estagnação ou inércia democrática, a qual se manifesta quando regimes que cumprem com as exigências básicas da democracia política, no sentido minimalista da poliarquia, e com as do Estado de Direito, têm diferenças significativas. (BAQUERO, 2018, p.89).

Deste modo, não basta a existência de um regime democrático, sem que este seja de qualidade e eficaz. Por isso, é fundamental a mudança da atual relação terciária, a qual o Estado subsidia a participação política entre os eleitores e os candidatos eleitos, tendo contato direto com aqueles, para uma relação secundária, em que o vínculo flua pela identificação

¹¹ VAINFAS, Ronaldo, et al. História: volume único. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 862.

com o partido (BAQUERO, 2018). Diante da despolitização dos cidadãos e das desigualdades sociais, desperta-se na população uma “memória simbólica” de um passado melhor, criando-se uma resistência às mudanças:

A democracia inercial, portanto, se refere a uma situação na qual os vícios de um passado autoritário, que afetavam negativamente os princípios democráticos, não são eliminados no novo contexto de democratização, com consequências deletérias para o desenvolvimento econômico e político e para a construção de uma cultura política participativa. Exemplos desses vícios são: clientelismo, paternalismo, privatismo, corrupção e patrimonialismo. (BAQUERO, 2016, p. 496).

A cultura política participativa está diretamente ligada à legitimidade do poder público. Antonio Carlos Diniz (2006, p. 516), ao tentar compreender a “legitimidade”, bem questiona se esta se reduziria a um dever dos governantes de ordenar e ao direito do governados de obedecerem? Para responder à questão, primeiramente, é importante analisar o conceito do termo em destaque.

Segundo o autor (DINIZ, 2006, p. 517), “a legitimidade implica num juízo de valor acerca da validade de uma dada ordem jurídico-política”. Pois bem, imagine que um grupo de 10 pessoas crie determinada regra, tendo a regra partido do próprio grupo, ela será válida e legítima, pois não tem lógica não reconhecer o poder a quem você mesmo se incumbiu (legitimidade), nem desrespeitar o que você mesmo criou (validade). Só que a sociedade de um país é bem mais complexa e plural, razão pela qual, a democracia deliberativa apresenta-se como uma solução à autonomia política, pois consiste na ideia de “autogoverno” do povo. Segundo Vania Siciliano Aieta (2006, p. 195), “por essa tese, as pessoas poderiam se autogovernar por meio de mecanismos assecuratórios de ações políticas e de perfis normativos que tivessem por escopo a participação dos cidadãos”.

Neste viés, Geraldo Tadeu Monteiro (2006, p. 196) alega que a “irresponsabilidade dos governantes diante da vontade dos cidadãos levará a uma profunda desilusão com a democracia liberal”, creditando também na importância da participação popular para a legitimação da ordem pública. Daí, o esforço para a incorporação do modelo de democracia deliberativa, pois este não se estagna em uma democracia meramente formal, visto que requer meios institucionais que cobrem e incentivam a participação popular, e não que apenas represente o povo.

Em termos globais, no entanto, percebe-se a prevalência de abalos na autoconfiança sobre regimes democráticos em função da descrédibilização de instituições públicas centrais para a democracia, da evidenciação de teorias da conspiração sem base científica e do

surgimento de discursos de ódio sobre estratos sociais diversos. Existem proposições, como a de Tristan Harris (2020) que apontam que os culpados são as *Big Techs* e os governos, que estão interessados na desestabilização de eleições, na prevalência de embates culturais e na veiculação discursiva de conteúdo manipulador (O DILEMA..., 2020).

A desinformação é a base publicitária dos líderes populistas (EMPOLI, 2019). As *fake news* corroem o debate público consciente, com sua linguagem sensacionalista e manipuladora que atrai a curiosidade das pessoas e, por diversas vezes, reiteram o que alguns grupos radicais e preconceituosos pensam no seu âmago, pois quando o conteúdo, ainda que falso, fortalece a crença do leitor, pouco importa verificar sua fonte. Sem filtro, fiscalização e punição, as redes sociais e a internet se tornaram um campo promissor para rápida e alta propagação de *fake news*, o que inviabiliza uma democracia deliberativa, o voto consciente e um debate público plural.

Segundo Giuliano Da Empoli (2019) a Itália é o “Vale do Silício do populismo”, pois foi o primeiro país “conquistado por uma forma nova de tecnopopulismo pós-ideológico, fundado não em ideias, mas em algoritmos disponibilizados pelos engenheiros do caos” (EMPOLI, 2018, p. 25). Os “engenheiros do caos”, não se refere apenas aos políticos populistas, mas, na verdade, aos técnicos que assumem o controle às sombras do candidato carismático escolhido para fundar seu partido e tomar o controle do governo. Como bem pontua o autor, isso trata-se de uma combinação do “populismo tradicional que se casa com o algoritmo e dá à luz uma temível máquina política” (EMPOLI, 2019, p. 27).

A propagação e continuidade do populismo ganhou mais força nesse “palco” das mídias sociais, em que os populistas podem obter, facilmente, um número maior de apoiadores, isso porque a velocidade da propagação de um conteúdo no meio digital é muito alta. Mas não basta alcançar muitas pessoas, é também necessário convencê-las, e para isso, entra em cena um mecanismo fundamental para manipular a mente humana: as *fake news*.

De acordo com José Luis Bolzan de Moraes (2021) não há direito ao acesso à informação sem a liberdade de expressão, pois são interdependentes. Essa combinação é responsável pela essência da democracia ao viabilizar a livre manifestação de opiniões e o debate público consciente, aspectos imprescindíveis para o exercício regular da cidadania (BOLZAN DE MORAIS, 2021). O uso da tecnologia por atores populistas para manipular os instrumentos democráticos e abusar de seus princípios ameaça o voto livre de máculas e a segurança política.

José Luis Bolzan de Moraes (2021), compreende como medidas urgentes para o combate da desinformação a proteção dos dados dos usuários para que não tenham sua

identidade moldada, bem como, o investimento em educação midiática e alfabetização. Assevera o autor que a característica das *fake news* é a intenção do agente, ou seja, o agir com má-fé na transmissão de conteúdo que se sabe falso com o intuito de enganar. Deste modo, exclui-se dessa conduta os erros jornalísticos ou do emissor.

Afirma o autor que a tecnologia aliada a determinadas instituições políticas pode levar a instabilidade às sociedades, contudo, ressalva que não há provas concretas acerca do quanto as mídias sociais, no âmbito digital, são por si só responsáveis pelo desvirtuamento das democracias modernas. Certo é, que não há como desvencilhar os impactos que a revolução tecnológica acarretou para a crise democrática, diante de um descompasso do progresso prometido pelo mundo digital e o aspecto insuficiente e analógico do Estado Democrático de Direito para lidar com esses avanços, principalmente quanto aos métodos do judiciário ao agir sobre a linha tênue entre a liberdade de expressão e a disseminação de *fake news*. (BOLZAN DE MORAIS, 2021)

Atualmente, o que se encara é uma fakedemocracia, devido às estratégias de disseminação exponencial de *fake news*, pelo uso da tecnologia, que corroem os pilares da democracia, tais como, os direitos à liberdade de expressão, acesso à informação, ao voto e a garantia da soberania popular, o que cria uma democracia apenas aparente já que a legitimidade da eleição resta maculada (LÔBO; BOLZAN DE MORAIS, 2019). Ou, ainda, como bem desenvolvem Edilene Lôbo e José Luis Bolzan de Morais (2020), uma democracia algorítmica ou ciberdemocracia ou *e-democracy*, que seria a ideia de unir tecnologia e democracia, contudo atentam os autores que a este fenômeno tem que se fazer ponderações.

Quando os instrumentos tecnológicos, ao invés de melhorarem o cenário democrático, resultam em uma ameaça a esse sistema, pois viabilizam a manipulação nas tomadas de decisões e dos debates públicos, no cenário político, com o instrumento da *fake news*, bem como, restringe a participação social e a pluralidade nos debates com as bolhas de filtro e os discursos de ódio.

2.2 História do populismo no Brasil

O momento em que surgiu o populismo no Brasil é controverso, mas, no geral, a primeira fagulha se inicia com Getúlio Vargas, em meados de 1930 a 1945. Primeiramente, é importante compreender alguns pontos relevantes na história, como a Revolução de 1930, em que o movimento político-militar saiu vitorioso, começando a Era Vargas.

O desencadeamento de tal revolução deu-se devido às deliberações precárias

contidas na Constituição de 1891, que, apesar de garantir direitos políticos, restringiu bastante o direito de representação, visto que, a maior parte da população brasileira (mulheres, homens brancos menores de 25 anos, analfabetos e religiosos) não podia votar. Ademais, a política estava sob o poder das oligarquias¹², que fraudavam as eleições intimidando o povo, já que o voto era aberto¹³, o que impedia o pleno exercício da cidadania.

Quanto aos direitos civis, estes eram privilégios das elites dominantes. Assim sendo, sem de fato haver direitos civis e políticos, a maior parte da população, também, não tinha acesso aos direitos sociais, os quais a Constituição de 1891 nem mencionava, de modo que, à época, não havia leis trabalhistas, sistema de pensões e aposentadorias ou acesso às redes de saúde e educação¹⁴.

A crise desse sistema oligárquico se iniciou em 1920, tendo seu ápice no ano de 1922, graças à Semana da Arte Moderna, à fundação do Partido Comunista e à eclosão da Revolta militar dos 18 do Forte. Além disso, o domínio das oligarquias mineira e paulista começou a ser ameaçado pelas oligarquias dos demais estados¹⁵. Na sucessão do mineiro Arthur Bernardes (1922-1926), veio o candidato Washington Luís (1926-1930), paulista, então Minas Gerais esperava que, após Luís, um mineiro fosse indicado para sucedê-lo, mas o presidente indicou o paulista Júlio Prestes. Inconformadas, as oligarquias mineiras se aliaram aos gaúchos e aos paraibanos, escolheram como candidato o gaúcho Getúlio Vargas, e, como vice, o paraibano João Pessoa. Formaram a Aliança Liberal, defendendo o voto secreto, a criação de uma Justiça Eleitoral e de leis trabalhistas para regulamentação de férias, do trabalho infantil e do feminino.

Mesmo assim, foi o paulista Júlio Prestes quem venceu as eleições de março de 1930. Descontente, a Aliança Liberal alegou que ocorreu fraude e recorreu ao apoio dos tenentes, deflagrando uma revolução. Os militares depuseram Washington Luís, diante da possibilidade de uma guerra civil, e entregaram a presidência a Getúlio Vargas.

¹² Oligarquia significa governo de poucos, advém do grego “*Oligarkhía*”, sendo “*olígos*” “poucos” e a “*arkh*” “governo”. Portanto, trata-se de uma forma de governo, em que o poder político é concentrado por um grupo. O Brasil, durante a Primeira República (1889-1930), foi marcado pelo regime oligárquico, à época o poder centralizava-se na aristocracia rural, que se valiam do coronelismo para comeder os indivíduos que dependiam de suas terras. O maior exemplo de oligarquia brasileira foi a política do Café com Leite, que consistia na alternância do presidente da república apenas entre mineiros e paulistas. O nome adveio, pois Minas Gerais dominava a produção do leite, enquanto que São Paulo, a do café.

¹³ O voto aberto, à época, era conhecido como voto “cabresto”, do latim “*capistrum*”, que significa “arreo” ou “freio”. Isto, pois o voto era controlado pelo coronel que impunha o candidato a ser votado sobre indivíduos que dependiam de suas terras, a maioria, analfabetos.

¹⁴ VAINFAS, Ronaldo, et al. História: volume único. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 583 - 585.

¹⁵ Ibidem., p. 584.

Durante o período de 1930 a 1945, com Vargas no poder, os direitos de cidadania tiveram avanços, mas também, retrocessos. Grande parte da legislação trabalhista foi promulgada durante o governo provisório, de 1930 a 1934. Em 1933, ocorreram eleições para a Assembleia Nacional Constituinte, que foram fiscalizadas por juízes eleitorais pela primeira vez na história. Além disso, o voto se tornou secreto, evitando as fraudes, e foi estendido às mulheres. Deste modo, no período de 1934 a 1937, houve um avanço quanto aos direitos sociais e políticos.

No entanto, em 1937, a ditadura foi instituída no Brasil, por meio do golpe do “Estado Novo”, e os direitos políticos foram suspensos. Getúlio Vargas, a partir de 1942, formulou o projeto “trabalhismo”¹⁶, divulgando-o em programa semanal da rádio, em que abordava sobre o avanço na legislação trabalhista, do quanto o trabalhador estava sendo valorizado, entre outros aspectos, como o enaltecimento da cultura nacional e a ascensão econômica do país. De 1930 a 1945, houve um avanço nos direitos sociais e retrocesso quanto aos políticos, que foram suspensos, e civis, que continuaram sendo um privilégio das elites.

Conforme Boris Fausto (1999), era intrigante a ditadura do Estado Novo, instaurada por Vargas, pois, ao mesmo tempo que houve retrocessos, promoveu-se também benefícios à população: “os homens do regime encarecem, censuram, em alguns casos torturam, promovem e também enquadram os sindicatos, assim como promovem o desenvolvimento econômico e os melhores nomes da cultura da época” (FAUSTO, 1999, p.20).

A teoria do populismo ganhou forma em meados da década de 1950 e 1960 no Brasil, com o intuito de explicar essas controvérsias. Questões como o motivo pelo qual os trabalhadores apoiavam e reconheciam o governo de Getúlio Vargas, careciam de ser compreendidas. Os cientistas sociais que estudavam a teoria do populismo, naquele tempo, afirmaram que: “Vargas usou a polícia para reprimir os operários, o movimento sindical e as esquerdas. Eliminando as lideranças do movimento operário, ele recorreu à propaganda política por meio do DIP para convencer os trabalhadores do quanto seu governo era bom” (VAINFAS et al., 2010, p. 692).

Neste viés, o ponto chave do populismo seria a manipulação, tanto pela influência ideológica, por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), quanto pela violência policial. A teoria, inicialmente, partiu da caracterização de um governo forte e ativo, enquanto a sociedade seria passiva e dependente, tornando-a fraca diante de líderes carismáticos e manipuladores. Não obstante, a teoria sofreu algumas críticas dos estudiosos, haja vista que,

¹⁶ Trabalhismo: “expressão que veio da Inglaterra e fazia referência ao Partido Trabalhista daquele país” (VAINFAS, et al, 2010, p.691).

primeiramente, o termo era muito vago e amplo, além de se questionar, o lugar de submissão da população, como se esta não tivesse iniciativas próprias.

Para Angela de Castro Gomes¹⁷ (2001), o marco inicial da teoria populista ocorreu na década 1950, quando cientistas sociais, a partir de agosto de 1952, começaram a se reunir, em Itatiaia, periodicamente, para debaterem sobre os problemas econômicos, políticos e sociais do país, ficando conhecidos como o Grupo Itatiaia¹⁸. Em 1953, o grupo criou o Instituto Brasileiro de Economia, Sociologia e Política (IBESP), que foi base para a formação do Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB). Um dos objetivos do grupo era compreender a crise nacional em curso e, segundo a autora, “um dentre os principais problemas divisados na agenda do grupo é o do surgimento do populismo na política brasileira”.

Depois de 1945, com o fim da Segunda Guerra Mundial, a democracia liberal tomou o cenário. Os militares que apoiaram Getúlio Vargas exigiram a implementação de um regime democrático e, a partir deste momento, o Brasil passou da ditadura do Estado Novo para a democracia. Logo em seguida, acabou com a censura à imprensa e novos partidos políticos foram organizados.

Este período democrático de 1945 a 1964, segundo o sociólogo Gláucio Ary D. Soares (2001), foi de um “progresso desigual”, já que, apesar do alto crescimento na economia e na participação política, o desenvolvimento social foi bem parco.

O projeto de desenvolvimento do Brasil implicava o avanço econômico, que se iniciou desde os grupos políticos de 1930, que já buscavam incentivar a industrialização, o mercado interno e diminuir as importações para que o país fosse menos dependente do mercado internacional¹⁹. A exemplo das contribuições para este avanço, salienta-se a expansão do setor público, como a criação da Petrobras, a Companhia Vale do Rio Doce, a criação de bancos de investimentos, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE). A princípio, o objetivo era a melhor distribuição de riqueza com os resultados do crescimento econômico.

¹⁷ Angela de Castro Gomes é Doutora em Ciência Política pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro - IUPERJ e Professora Titular de História do Brasil da Universidade Federal Fluminense - UFF. Sua área de pesquisa é História Política do Brasil e o Pensamento social brasileiro. Também é Professora titular do CPDOC; Coordenadora de pós-graduação; Coordenadora de Pesquisa do CPDOC; Coordenadora do Setor de História Oral do CPDOC; Editora da Revista Estudos Históricos; Professora Titular de História do Brasil da Universidade Federal Fluminense - UFF; Editora da revista Tempo (Depto. História - Universidade Federal Fluminense - UFF); Editora responsável da revista História Oral (Associação Brasileira de História Oral - ABHO).

¹⁸ GOMES, Angela de Castro. O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. In: FERREIRA, Jorge. O Populismo e sua História: Debate e Crítica. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p. 22 e 23.

¹⁹ VAINFAS, Ronaldo, et al. História: volume único. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 797.

Contudo, segundo Angela de Castro Gomes (2001), havia um paradoxo entre as transformações econômicas e a mobilidade social:

[...] são exatamente as condições tidas como próprias à democracia (industrialização, urbanização, informação e mobilização) que vão inviabilizá-la no Brasil de meados dos anos 60. Nestes termos, e em uma leitura sem dúvida perversa, o populismo não limitou nossa experiência democrática, antes a possibilitou. (GOMES. In: FERREIRA, 2001, p. 37).

Deste modo, uma nova questão é levantada pelos cientistas sociais: quais seriam os motivos para a ocorrência do golpe de 1964?²⁰ Os estudiosos constataram que o esgotamento da experiência populista tem associação com a instauração da ditadura em 1964. Isto porque, o regime populista se tratou de uma democracia incompleta, segundo Angela de Castro Gomes (2001, p. 21): “É o populismo, afinal, que demonstra como o povo não sabe votar ou, em versão mais otimista, ainda não aprendeu a votar”, ou seja, a democracia existia, mas não estava aberta a negociações e mobilização popular, o que resultava em reformas radicais e forçadas que culminaram no movimento militar de 1964.

Segundo Gomes (2001), há três condições fundamentais para a ascensão do populismo, sendo que a primeira é a “política de massas”, vinculada a um proletariado sem consciência de classe, que não se organiza para participar da política. Já a segunda é uma “classe emergente em crise de hegemonia”, isto é, sem representatividade e em crise, de forma que a classe dirigente tende a se conformar com a classe dominante, que precisa de seu apoio político. Por fim, há o líder carismático, subordinado às instituições e capaz de mobilizar as massas. Acrescenta a autora que:

[...] fica muito claro que o compromisso/apelo às massas - seguimentos urbanos em geral - é um recurso para encontrar suporte e legitimidade em situação de crise de instabilidade, de incerteza política. Por isso, a categoria-chave para descrever a relação que se estabelece entre líder e massas e a de “manipulação populista”, remetendo à ideia básica de controle e tutela do Estado [...] (GOMES. In: FERREIRA, 2001, p. 33).

Por outro lado Jorge Ferreira²¹ (2001) entende que o populismo de 1930 a 1964 foi uma categoria “imaginada” para explicar a política da época, não que tenha sido uma

²⁰ GOMES, Angela de Castro. O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito. In: FERREIRA, Jorge. O Populismo e sua História: Debate e Crítica. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p.27.

²¹ Jorge Luiz Ferreira graduou-se em História pela Universidade Federal Fluminense, em 1982, tem mestrado na área de ciências humanas pela mesma instituição, em 1989, e doutorado em História Social pela Universidade de São Paulo em 1996. É Professor Visitante da Universidade Federal de Juiz de Fora e bolsista em Produtividade em Pesquisa 1B do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, e desde 1985, é Professor

característica específica da política brasileira ou um ponto determinante para explicar a relação entre Estado e sociedade. Outra crítica pertinente é a de Peter Worsley (1973), que devido à abstração do populismo, não o entende como um movimento político ou social, mas somente como um tipo analítico:

É um fato típico que nunca tenha existido uma “*Internacional Populista*” e que muitos movimentos rotulados como “*populistas*” por pessoas não pertencentes a eles nunca tenham-se utilizados desse rótulo para definir-se a si mesmo nem sequer se tenham compenetrado de que outros movimentos análogos (para nós) existiram alguma vez - e muito menos mantido contato com eles a nível organizativo. O populismo não é, então, parte de uma tradição compartilhada mais ampla, no que se refere a orientação subjetiva de seus autores. Seu status tipológico é somente analítico e os movimentos populistas não possuem uma tradição comum de que tenham consciência [...] (WORSLEY, 1973, p.30).

De qualquer modo, os estudos acerca do populismo, apesar de sua definição ser ampla e controversa, são de fundamental importância para compreender e encontrar as fragilidades na democracia.

Inicialmente, segundo Jorge Ferreira (2001), houve o populismo de 1ª geração, que sofreu grande influência do advento da teoria da modernização, em meados de 1950 a 1960. A transição da América Latina à modernidade não ocorreu da mesma forma que na Europa, tendo em vista que, na verdade, foi um acelerado processo de urbanização e industrialização, que não construiu de forma plena as instituições democráticas. Os caminhos para o desenvolvimento econômico e a participação popular e social foram abertos pelos golpes ou “revoluções nacionais- populares”. Ressalta o autor que foi neste momento de êxodo rural, da transição do mundo agrário para o urbano-industrial, que surgiu o populismo.

A sociedade, à época, carecia de instituições democráticas consistentes, vez que, vivia na instabilidade de avanços e retrocessos dos direitos políticos, sociais e civis, além da fragilidade partidária. Nesse momento de modernização, predominavam as relações de mercado, mas diferente dos países “desenvolvidos”, o capitalismo nos países “atrasados” pulou etapas, diante das ditaduras militares instauradas²².

A primeira geração do populismo ficou marcada pela manipulação de massas e o atraso. Para Guerreiro Ramos (1961) os “líderes de massa” se garantiam dos camponeses recém chegados no meio urbano, que não dominavam o “idioma ideológico”, pois eram trabalhadores sem consciência dos seus direitos e da política partidária, o que os tornava

Titular da Universidade Federal Fluminense. Sua área de maior atuação é em História do Brasil República, com ênfase nos estudos de História Política e História Cultural.

²² CAPELATO. Maria Helena Rolim. Estado Novo: novas histórias. In: FREITAS, Marcos Cezar de. Historiografia brasileira em perspectiva. São Paulo: Contexto, 1998, p. 186.

“incapazes de exercer influência pedagógica em seus líderes, os quais por isso mesmo, não precisam de ir além de um libertarismo superficial em suas maneiras e ação.” (RAMOS, 1961, p. 57).

Alguns estudiosos, em meados da década de 1970 a 1980, não satisfeitos com as conclusões da primeira geração, pois ainda não explicavam os motivos que levaram os trabalhadores, entre 1930 a 1945, a apoiarem o ditador, Getúlio Vargas, formularam uma segunda versão do populismo, cujo ponto central era o totalitarismo e o “binômio repressão-propaganda” (FERREIRA, 2001, p. 94).

No respectivo lapso temporal, os direitos políticos foram suspensos, a imprensa censurada, havia o DIP, que fazia apenas propaganda positiva ao governo, os movimentos operários foram reprimidos, não havia espaço para oposição, fazia-se uso de violência policial, as pessoas chegavam a denunciar os opositores do regime, entre outras condutas discricionárias. No entanto, mesmo diante desse cenário, no ano de 1945, quando os militares queriam dar fim à ditadura do Estado Novo, os trabalhadores defenderam a continuidade da presidência de Vargas, o que resultou no movimento conhecido como “queremismo”²³, associado às frases “queremos Getúlio”, que tomou grandes proporções, pois as pessoas associaram a obtenção de seus direitos sociais à figura do presidente. Como bem ressalta Ferreira (2001):

O Estado, com poder desmedido, “total” em algumas versões, transforma a sociedade em elemento passivo, inerte e vitimizado. Assim, no Brasil, em 1930, 1935 ou certamente em 1937, os governantes, armados com vários dispositivos “simbólicos” de dominação ideológica, em alguns casos psicológica, teriam tido a capacidade de manipular, por meio de imagens e representações, as emoções e a sensibilidade das pessoas, dominando, inclusive, as suas mentes. (FERREIRA, 2001, p. 94).

A segunda geração do populismo não excluiu a característica manipuladora dos líderes populistas, mas acresceu outras especificidades ao populismo, como o uso de condutas típicas de regimes totalitários. As interpretações acerca do populismo, ao longo dos anos, foram ganhando mais forma, ficando mais ricas e densas, como será visto no decorrer desta pesquisa.

²³ VAINFAS, Ronaldo, et al. História: volume único. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 777.

2.3 Terminologia e ramificações

As expressões “populismo” e “populista” não foram utilizadas desde a Revolução de 1930, segundo o historiador Jorge Ferreira (2001). Os termos só vieram a ser utilizados, no Brasil, em meados de 1945 a 1964 e, mesmo assim, de forma rara, e não costumavam ter um significado ofensivo. O autor destaca que em algumas reportagens sobre Getúlio Vargas, dos jornais daquela época, como *Tribuna da Imprensa*²⁴ e *Última Hora*²⁵, “líder populista” era inclusive um elogio:

Portanto, naquela época, ser um líder “populista”, tanto para os trabalhistas como para seus adversários, não descrevia um político que utilizava como recursos a manipulação, a demagogia e a mentira. A palavra tinha outro significado do atual - talvez o oposto. A expressão, embora pouco utilizada, pode ser traduzida, na linguagem de nossos dias, no que chamamos de “líder popular”, de alguém que representa, autenticamente, os anseios políticos “populares” ou dos “movimentos populares”. (FERREIRA, 2001, p. 116).

Importante ressaltar que o termo “populismo” não é típico do Brasil, tampouco surgiu na América Latina. De acordo com Marcello Baquero (2010), seu uso já era comum desde o século XVII, nos Estados Unidos, diante da preocupação dos comerciantes rurais em momentos de crises econômicas.

Por sua vez, Alberto Aggio (2019) pontua que a expressão nasceu na segunda metade do XIX, da tradução para o inglês do movimento *narodnik* na Rússia²⁶, por volta de 1860 a 1870. Nessa época, ela também foi utilizada no interior norte-americano, para retratar o movimento político de pequenos e médios comerciantes rurais. Todavia, adverte Ricardo César de Andrade (2000) que:

²⁴ João Duarte Filho, nas páginas da *Tribuna da Imprensa*, escreveu: “Desde que Getúlio mascarou Jango de líder populista começou uma época de agitação dos trabalhadores” (TRIBUNA DA IMPRENSA, 1953, p. 3 *apud* FERREIRA, 2001, p.115). “O sentido, aqui, não é o da transferência da demagogia e da manipulação de um para o outro, mas, sim, que Goulart teria herdado de Vargas a legitimidade política para atuar entre os trabalhadores, respondendo, assim, às suas demandas” (FERREIRA, 2001, p. 115).

²⁵ “*Última Hora*, por sua vez, jornal que apoiava Vargas, publicou um editorial (possivelmente escrito por Samuel Wainer, diz Maria Victória Benevides) defendendo, com veemência, o papel histórico do trabalhismo e do PTB”(FERREIRA, 2001, p. 116). O partido, diz o texto, sendo “instrumento político do Sr. Getúlio Vargas, segue as pegadas *populistas* do seu fundador. Para as massas obreiras, o aval que Getúlio dá ao partido basta a lhe conferir um largo crédito de confiança” (BENEVIDES, 1989, p. 55 *apud* FERREIRA, 2001, p. 116).

²⁶ O movimento *narodnik* ou também conhecido como o “populista russo”, segundo Franco Venturi: “Los puntos fundamentales del populismo ruso – la desconfianza ante toda democracia genérica, la creencia en un posible desarrollo autónomo del socialismo en Rusia, la fe en las futuras posibilidades de la *obshina*, la necesidad de crear tipos revolucionarios que rompieran individualmente los lazos com el mundo circundante para dedicarse al pueblo y penetrar en él” (VENTURINI, 1981, p. 140).

Os fenômenos como o *narodnichestvo* russo ou o radicalismo agrário do meio-oeste norte-americano, registrados em fins do século XIX e normalmente classificados como expressões populistas, não podem, de maneira alguma, serem tomados como paradigmas ou modelo de experiências observadas na América Latina. (ANDRADE, 2000, p.71).

Ainda que o “populismo” não tenha surgido no Brasil, é inegável a sua presença marcante no cenário histórico e atual da política brasileira. Ademais, como será visto nos capítulos posteriores, o sentido e a finalidade do “populismo” varia conforme o continente, e, até mesmo, o país, mas também encontra suas semelhanças.

Cada conceito traduz a singularidade do seu tempo e cultura, levantando questões diferentes ou além das ideias gerais sobre o tema. Óscar Quintana (2012), por exemplo, compreende que o populismo agregava bons feitos, como o desenvolvimento de um capitalismo de oportunidades e que ampliasse a organização popular. Já Carlos Maria Vilas (2004) critica que alguns economistas tenham reduzido o conceito de populismo a um regime econômico, que descuida da inflação e déficit fiscal, vez que, o gasto público não é bem administrado na aplicação de medidas inclusivas.

Para outros autores, como Ernesto Laclau:

[...] el populismo no tiene ninguna unidad referencial porque no está atribuido a un fenómeno demilitable, sino a una lógica social cuyos efectos atraviesan una variedad de fenómenos. El populismo es, simplemente, un modo de construir lo político. (LACLAU, 2005, p. 11).

Enquanto isso, para Marcello Baquero (2010), o populismo seria uma forma de governo, tendo como principal característica seu caráter manipulativo, em virtude da participação das “massas”, no processo decisório, sendo algo mais simbólico do que de fato efetivo. Por outro lado, para Alberto Aggio (2019) o populismo foi uma oportunidade de a população exercer a cidadania, ainda que não fosse de maneira perfeita:

O populismo emergiu num cenário de crise do liberalismo e de ascensão de massas, na América Latina e no mundo. Enquanto governos ou regimes, o populismo orientou sua política para a construção de uma sociedade industrial e moderna, politicamente orientada pelo Estado, ao mesmo tempo em que normatizou a “questão social”, incorporando as massas ao mundo dos direitos. Superou o liberalismo das oligarquias por meio de uma “fuga para frente” [...] O populismo promoveu a superação do atraso, sem revolução, garantindo, pela primeira vez, que o tema da cidadania fosse equacionado pela política nesta parte do Ocidente.²⁷

²⁷ AGGIO, Alberto. As múltiplas vigências do populismo. Fundação Astrojildo Pereira. Disponível em <www.fundacaoastrojildo.com.br/2015/2017/10/28/alberto-aggio-as-multiplas-vigencias-do-populismo-2/> Acesso em 01 de maio de 2019.

Diante deste quadro de “falsa cidadania”, ou seja, de que ela existe, mas não é eficaz, o historiador Jorge Ferreira (2001) apresenta uma razão interessante, porém, acaba reduzindo o fundamento do populismo a uma noção de Estado vilão e sociedade vítima:

Se a consciência não se desenvolveu como se previa e se os caminhos trilhados foram outros, a explicação poderia ser encontrada no poder repressivo de Estado, nos mecanismos sutis de manipulação ideológica e, ainda, nas práticas demagógicas dos políticos populistas. (FERREIRA, 2001, p. 62 - 63).

Em um viés parecido, o grupo Team Populism²⁸ adota a definição do cientista político Cas Mudde²⁹, o qual propõe que os populistas trabalham um discurso de que a vontade geral do povo sempre deva triunfar, enquadrando, na política, uma batalha entre as massas virtuosas e a elite corrupta. Ademais, acrescenta um fator importante, qual seja, o de que o populismo pode estar na esquerda ou na direita.

A visão proposta do populismo, em meados da década de 50 a 70³⁰, foi tomando outros rumos. Alguns estudiosos, inconformados com a perspectiva de uma classe trabalhadora inerte e manipulável e com o poder de persuasão de um líder carismático, vieram a contestar as inconsistências de tais afirmações.

Miguel Bodea (1992), por exemplo, afirmava que o fortalecimento do líder populista antes ocorria dentro de uma estrutura partidária regional, e somente depois se criava a liderança de massa, que tinha subsídio no caráter carismático desse líder, para, posteriormente, alcançar uma política nacional. Evidencia Maria Helena Rolim Capelo (1998) que “a eficácia das mensagens depende dos códigos de efetividade, costumes e elementos

²⁸ LEWIS, Paul; CLARKE, Seán; BARR, Caelainn. How we combed leaders’ speeches to gauge populist rise. Team new populism World news, 06 de março de 2019. Disponível em < <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/06/how-we-combed-leaders-speeches-to-gauge-populist-rise> > Acesso em 20 de abril de 2019.

²⁹ Cas Mudde é um cientista político, nascido em Amsterdã, Holanda. Também é colunista do The Guardian nos EUA, e professor Stanley Wade Shelton da UGAF, na School of Public and International Affairs at the University of Georgia. Suas pesquisas são voltadas para o extremismo político e o populismo na Europa e nos Estados Unidos.

³⁰ O ABCD ou ABC paulista é uma região do estado de São Paulo de grande importância econômica. Seu nome advém de três santos: André, Bernardo e Caetano, dos quais se originou o nome das cidades fundadoras da região: Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul. Alguns acrescentam a letra “D”, referente à cidade vizinha Diadema. A região tornou-se, a partir de 1950, um forte setor de indústrias automobilísticas que empregou muitas pessoas, de modo que, não por mera coincidência, a força do movimento sindical do Brasil teve início nesta região. Neste ponto, é, pois, importante ressaltar o entendimento do historiador Ferreira (2001, p.11): em fins dos anos 70, um novo acontecimento impactante. No ABCD paulista, os operários patrocinaram grandes greves e questionaram o poder dos militares. Lula, bastante crítico, não poupou o passado. Entre diversas afirmações negativas sobre a política brasileira anterior a 1964, disse que a CLT era o AI-5 dos assalariados. A teoria do “populismo”, assim, tomou novo fôlego. Agora, saudaram as esquerdas diversos estudiosos, haveria operários conscientes de sua classe; agora, teríamos um “novo” sindicalismo, bem diferente do “velho”; agora, teriam surgido lideranças que, saídas da própria classe, fundaram um partido *de* trabalhadores e não *para* os trabalhadores .

históricos-culturais dos receptores” (CAPELO, 1998, p. 203), e, sem a análise desses fatores, não é possível presumir que a imprensa, por mais poderosa que seja, manipule a consciência das pessoas. Além disso, isso explica o porquê da propaganda brasileira, apesar de ter sido baseada no modelo europeu, à época do Estado Novo, gerou efeitos bem diversos desta.

No final dos anos 90, segundo Jorge Ferreira (2001), surge a terceira geração do populismo, chamada de “neopopulismo”, pautada na “personalização e autonomia do poder executivo, conciliação de classes e ideal da Nação”. Para Angela de Castro Gomes (2001), esse populismo, também chamado de “populismo neoliberal”, por consistir no “Desmonte do Estado”, se distinguiria do “populismo clássico”:

[...] Ao construir um discurso político antiestatizante, rompendo com uma tradição sólida e lentamente construída no Brasil, que vincula estatismo ou estatização ao signos de nacionalismo e desenvolvimento [...] tal proposta trabalha com dados coerentes da realidade social ao evocar o fracasso do *welfare state* e os índices de corrupção política mais visíveis pela disseminação das informações. (GOMES. In: FERREIRA, 2001, p. 51).

Nesta nova interpretação, o governo garantiria uma experiência democrática liberal. No entanto, alega Óscar Quintana (2012), que tanto o populismo quanto o neopopulismo têm suas origens em uma crise de representação política, que se refere à perda de confiança nos partidos tradicionais, abrindo espaço à adesão de novas políticas. Além disso, ambos são respostas que a sociedade oferece quando as instituições convencionais da democracia representativa se mostram ineficazes para processar o conflito dos embates do capitalismo globalizado. Já as suas diferenças se encontram na finalidade e desenvolvimento:

Mientras que el populismo significó el desarrollo de un capitalismo con distribución de ingresos y amplia organización popular, los neopopulistas promueven la concentración del capital, el dismantelamiento de servicios públicos estatales, la desmovilización popular y el debilitamiento de las condiciones sociales para el ejercicio de la ciudadanía. (QUINTANA, 2012, p. 41).

Ademais, para o autor, a melhor denominação ao “(neo)populismo” seria “neoliberalismo autoritário”, que, em alusão à teoria “amigo-inimigo” de Carl Schmitt, utiliza o Estado de direito a favor dos grupos “amigos” e, contra aqueles que confrontam a sua dominação, os “inimigos”, formando assim uma peculiar modalidade de “democracia constitucional autoritária”. Uma possível resposta eficaz a essas manifestações autoritárias, presentes não só no cotidiano, mas também, na estrutura de domínio das elites, seria a

promoção de uma Democracia Radical³¹, a fim de combater o “*hegemón neoliberal*” e os modelos de “democracia restringida”.

Quanto maior a legitimidade constitucional da ordem democrática, maior será a resistência, segundo Alberto Aggio (2019). O autor ressalta que o populismo, hoje, é um retrocesso político, pois nele predominam “o autoritarismo, a intolerância e o antipluralismo”, criando um cenário propício para o desrespeito aos direitos humanos e o cerceamento da liberdade de expressão.

Corroborando este viés, Marcello Baquero (2010) afirma que os líderes populistas com a sua capacidade de cooptar politicamente outros partidos, exclui a ascensão de outras “organizações secundárias”. Além disso, pontua que “Nas duas últimas décadas, o neopopulismo tem sido associado a líderes populares que relegam o Legislativo a um segundo plano, lançando mão de medidas provisórias e decretos-leis para governar.” (BAQUERO, 2010, p. 183).

O conceito de populismo vem sendo cada vez mais esmiuçado, posto que, além do populismo clássico e do neopopulismo ou neoliberal populismo, há outras designações, como populismo de esquerda, de direita, de centro, populismo radical, entre outros. Essas variações ocorrem a depender das peculiaridades de cada lugar e época. Por exemplo, o professor Luciano Rennó³² ressalta que o populismo de direita ou conservador em alguns países como EUA, Alemanha, Holanda e Grécia, está mais relacionado a uma política anti-imigração, que considera os imigrantes um risco à economia e à segurança pública. Por sua vez, no Brasil, se aproximaria de uma política anti-ideologia, quanto às questões de gênero, raciais e religiosas, por exemplo. A rigor, para o autor, o populismo de direita alimenta o sentimento nacionalista, anti-esquerda, atuando em defesa de medidas mais severas para garantir a ordem, por exemplo, adota uma conduta mais punitiva. Geralmente, aqueles que o aderem são os “perdedores da globalização”, ou seja, os que não conseguiram se adaptar frente aos novos desafios do mercado.

³¹ Óscar Mejía Quintana (2012) desenvolve e relaciona alguns temas acerca do populismo, como autoritarismo; desobediência civil (violenta ou pacífica), no viés Hans Jonas, John Rawls e outros; democracia radical, no sentido de possibilidade política mais completa para enfrentar o autoritarismo atual, no viés da democracia plena e homem total de Karl Marx, democracia liberativa de John Rawls e Jürgen Habermas, além das três propostas que desenvolvem este modelo de democracia radical: A terceira geração da Escola de Frankfurt; O republicanismo revolucionário pós-moderno de Phillip Pettit; democracia real ou absoluta de Antonio Negri e Michel Hardt.

³² Palestra proferida por Luciano Rennó. Bases Ideológicas do Populismo Conservador: As eleições brasileiras de 2018. No Ciclo de Palestras 2019: Bases ideológicas do populismo. Centro de Estudos do Comportamento Político (CECOMP). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), 26 de abril de 2019.

Por outro lado, o populismo de esquerda estaria relacionado a uma reação contra as elites econômicas - que expropriam propriedade, fomentando a desigualdade social-, voltado para a redistribuição de renda, políticas macroeconômicas, como o aumento do salário mínimo e investimento em políticas sociais, o que acaba acarretando um aumento dos gastos públicos, gerando a alta da inflação e uma fragilização institucional. Rennó ainda afirma que o populismo de esquerda, atualmente, vem assumindo um novo comportamento: uma maior preocupação com a “inclusão de identidade” do que com a redistribuição de renda.

As dimensões do populismo, segundo Rennó, seriam: (1) a retórica de grupos - o “nós contra eles”, no sentido de que as “massas”, o “povo” e, especialmente, os mais pobres são contrapostos às “elites”-; (2) a necessidade de um “líder” carismático, que seja uma força externa ao sistema político e que reaja contra as instituições políticas tradicionais; (3) a defesa de um discurso anti-sistema, fazendo o uso de meios de comunicação de massa e relegando partidos políticos a uma posição secundária; (4) os conceitos “povo” e “elite” são genericamente conceituados; (5) emergência de líderes populistas extremistas diante de crises econômicas e políticas.

Conforme as pesquisas de Cas Mudde e Cristóbal Rovira Kaltwasser (2013), é possível identificar três “ondas” de populismo na América Latina: (1) o populismo clássico, entre 1940 a 1960, caracterizado pelo embate entre “trabalhadores” e “oligarquias”, ocorrido, por exemplo, na Argentina com Juan Domingo Perón, e no Brasil, com Getúlio Vargas; (2) o populismo neoliberal, em meados de 1990, com o governo de Fernando Henrique Cardoso, no Brasil, Alberto Fujimori, no Peru, e Carlos Menem, na Argentina; (3) o populismo radical de esquerda, a partir da década de 2000, por exemplo, Hugo Chávez, na Venezuela, e Evo Morales, na Bolívia, desencadeado pela crise de representação política e a resistência ao neoliberalismo.

Os autores salientam que o populismo tem um caráter “camaleônico”, ou seja, é mutável conforme as circunstâncias, podendo existir várias classificações. Não obstante, reconhecem que o populismo é uma ideologia com três dimensões bases, de “inclusão” ou “exclusão”, quais sejam: material, política e simbólica.

A dimensão material refere-se à distribuição de recursos estatais, monetários e não monetários, a grupos específicos na sociedade. Quando se trata de “exclusão” material, significa que determinados grupos são excluídos, propositalmente, do acesso a recursos estatais, por exemplo, obtenção de emprego, provisões de bem-estar social, entre outros. Por seu turno, na “inclusão” material, os grupos são especificamente selecionados para receberem mais recursos do Estado.

A rigor, a “exclusão material” ocorre em países com sentimentos anti-imigração (EUA, Europa Ocidental e Oriental), sendo o foco principal proteger o bem estar social garantido ao seu “próprio povo”, excluindo as forças externas “ameaçadoras” (imigrantes, refugiados). A “inclusão material”, por seu lado, prevalece em países da América Latina, os quais promovem políticas sociais para incluir a população economicamente carente.

Na dimensão política, a exclusão e a inclusão se referem essencialmente às duas dimensões fundamentais da democracia: a participação política e a contestação pública. Segundo os autores, na América Latina, prevalece a demanda por uma “democracia radical” (democracia revolucionária ou real democracia), voltando-se à “política de inclusão”, a qual se dirige menos ao direito de voto e mais à criação de novos instrumentos, que procuram fortalecer a “voz dos que não têm voz”. Por outro lado, na Europa, os populistas consideram as eleições “justas” algo insuficiente para contornar a conspiração da “elite”, de modo que a “maioria silenciosa”, apoiada por partidos populistas radicais de direita, na defesa dos “nativos” contra as “ameaças” dos imigrantes, reiteram a introdução de medidas plebiscitárias, como referendos e recall.

Por sua vez, a dimensão simbólica busca estabelecer os limites entre quem é o “povo” e quem é a “elite”, de modo tal que, simbolicamente, exclua ou inclua um ou outro. O discurso populista, na América Latina, defende o anti-elitismo e enfatiza o valor de “povo”, dignificando um número grande da população, que não é somente o pobre, mas também aqueles que sofrem diferentes formas de discriminação cultural. Já na Europa, os populistas de direita radical defendem ser a voz da “maioria silenciosa”, que apoia a política anti-imigrantes.

2.3.1 Tecnopopulismo

A manipulação populista ganhou mais força na era digital, isso porque a propagação do seu discurso de ódio e técnicas para desinformar obtiveram maior alcance e velocidade no cenário das redes sociais. Diante dessa nova realidade, atenta Konnor Callihan (2020), que as antigas definições de populismo não são mais viáveis no século XXI, pois “os algoritmos estão moldando o mundo como o conhecemos, permitindo que o populista crie seu povo por meio de cálculos, em vez de carisma.” (CALLIHAN, 2020, p.20). O autor sugere o conceito de “estilo político” ao populismo, formulado por Benjamin Moffit, que consiste na construção pelo ator populista de símbolos e imagens, sendo o populismo não uma ideologia, mas

podendo se atrelar a uma, como exemplifica o autor: “[...] comum hoje é uma ideologia nacionalista com estilo populista” (CALLIHAN, 2020, p.6).

A essa combinação do populismo com os algoritmos, o jornalista italiano Giuliano Da Empoli (2019) atribui a nomenclatura de ‘Tecnopopulismo’, fomentado pelos estrategistas de marketing e comunicação tecnológica, denominados de ‘engenheiros do caos’, pois promovem a corrosão da democracia em prol do poder dos populistas.

O Cambridge Dictionary, em 2017, elegeu populismo como a palavra do ano (CAMBRIDGE WORDS, 2017), diante da ascensão do discurso populista no mundo. Com os escândalos, no plano internacional, de algumas figuras políticas marcantes, como Jair Bolsonaro, no Brasil, Donald Trump, nos Estados Unidos, o Movimento Cinco Estrelas, na Itália, e Viktor Órban, na Hungria, dentre outros.

A ex-diretora de desenvolvimento de negócios da *Cambridge Analytica*, Brittany N. Kaiser, expôs que nas eleições estadunidenses, em 2016, a rede social Facebook facilmente teve os dados dos seus usuários utilizados pela empresa Cambridge Analytica, por testes de personalidade, que mapeou as preferências e opiniões dos eleitores, sem o consentimento destes, com o escopo de analisar se já tinham um candidato para votar ou se estavam em dúvida. Após, iniciava-se a fase de produção de propaganda micro direcionada, para enaltecer o candidato contratante deste serviço ilícito e prejudicar a reputação do adversário. Para tanto, utiliza-se *fake news* (desinformação), embaladas em perfis falsos, como *bots*, memes e *blogs*, a fim de convencer e alcançar um maior número de eleitores (PRIVACIDADE..., 2019).

A utilização do Big Data associado à inteligência artificial é um recurso que corroborou na coleta e análise de uma enorme quantidade de dados, ferramenta essencial na produção e compartilhamento massivo de *fake news* nas redes sociais, formato que se expandiu no cenário global, impactando os direitos humanos de liberdade de expressão, privacidade e voto livre de máculas dos usuários afetados. No Brasil, o principal veículo de comunicação para a disseminação de conteúdo enganoso, durante as eleições de 2018, foi o WhatsApp, devido a sua criptografia de ponta a ponta e a possibilidade de criar grupos privados o que dificulta a fiscalização e controle das atividades desse serviço de mensageria privada (TARDAGUILA, BENEVENUTO e ORTELLADO, 2018). No contexto italiano, a utilização de um blog, pelo Movimento 5 Estrelas, como meio para a captação e manipulação de eleitores através da veiculação de informações falsas, foi notória; nas eleições francesas de 2017, houve vazamentos de dados hackeados do candidato Emmanuel Macron; e no referendo britânico sobre o Brexit, de 2016, também foi empregada técnicas para a manipulação eleitoral via mídias digitais (EMPOLI, 2019; TENOVE, 2018).

Gilmar Mendes, ministro do Supremo Tribunal Federal, reiterou a grande importância da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das *Fake News* em decisão que indeferiu ao mandado de segurança nº 37.082, pleiteado em oposição aos atos do Presidente da referida CPI, afirmando a centralidade desse processo na apuração das quadrilhas organizadas, nomeadas ‘milícias digitais’, responsáveis pela propagação de desinformação e manipulação do debate público e de financiamento obscuro (BRASIL, 2020).

Kevin Driscoll (2012) aponta que a confiança dos usuários em ‘instituições opacas’, como o Facebook e o Twitter, na administração de suas redes comunicacionais, os deixam mais vulneráveis ao sistema vigente. Segundo o autor, a ausência de experiências prévias e conhecimento dos usuários sobre os bancos de dados inviabilizam o pensamento crítico destes acerca da exposição a um grande contingente de informações.

Embora seja uma ausência de conhecimento sobre o sistema técnico, o autor aponta que essa é uma problemática ocasionada pelos indivíduos, e que o populismo de banco de dados é oriundo do conhecimento prévio dos desenvolvedores dos sistemas e dos usuários, não cabendo a condenação das tecnologias empregadas. Ademais, há incentivos por parte de instituições públicas e privadas para a cessão de dados pessoais por parte dos usuários, em troca dos serviços diversos ofertados nas plataformas, mesmo que sejam serviços questionáveis, que impactam na privacidade dos indivíduos (DRISCOLL, 2012)

A jornalista Patrícia Campos de Mello (2020) em suas notas conta que quando foi entrevistar o estrategista digital e de análise de dados, Shivam Shankar Singh, do partido político indiano BJP, nas eleições de 2019 da Índia, ele explicou as estratégias para se obter sucesso nas eleições. Primeiramente, divide a população em grupos conforme classe econômica e social, faixa etária, gênero e suas ideologias políticas e religiosas, para que se possa enviar mensagens específicas àquele perfil do eleitor. Obter os dados para fazer esse tipo de segregamento e envio de propaganda direcionada também não é difícil, já que os mecanismos de proteção à privacidade dos indivíduos são ausentes ou falhos. Geralmente, advém de listas telefônicas, contas de luz e, retidas de maneira ilegal, da análise da atividade dos usuários nas redes sociais, como postagens curtidas ou anúncios acessados. Após, a coleta e análise dos dados utiliza-se das redes sociais para o envio das propagandas direcionadas ou *microtargeting*. No caso da Índia, a rede social mais utilizada para a comunicação com os eleitores é o WhatsApp, e a equipe estratégica orienta aos seus apoiadores e funcionários que compartilhem informações que promovam o partido e ataquem os adversários, ainda que sejam falsas e violentas.

Uma das estratégias mais ardilosas e avançadas do tecnopopulismo, que a jornalista

explica, foi a do empresário indiano Mukesh Ambani quando criou a empresa de telefonia Reliance Jio, em setembro de 2016. Os celulares eram vendidos a preços baixíssimos e ofereciam gratuitamente ou a um preço muito reduzido serviços de acesso à internet, ligações ilimitadas e aplicativos como WhatsApp e Facebook. A empresa se tornou uma das maiores da Índia, além disso, celulares chineses muito baratos também estavam à venda para a população. Isso fez com que pessoas de baixa renda tivessem celulares e o acesso à internet se expandiu fortemente. (MELLO, 2020)

Um dos aplicativos que estavam disponíveis nos celulares da Reliance Jio era o NaMo, do primeiro-ministro Narendra Modi. O aplicativo coletava os dados e, sem autorização dos cidadãos, os enviava ao partido BJP, para analisá-los, segmentar os eleitores e enviar propaganda micro direcionada. Além das redes sociais, a Patrícia Campos de Mello (2020) destaca que a própria mídia tradicional é responsável por reverberar os absurdos que os populistas pronunciam, como as declarações, sem comprovação científica, de ‘remédios’ que seriam a cura para a COVID-19, do ex-presidente Donald Trump, nos EUA, e do presidente Jair Bolsonaro, no Brasil. Pontua, ainda, que não há uma solução encontrada pela mídia tradicional de alguma abordagem de matérias que não venham a contribuir para a popularidade das declarações sensacionalistas dos políticos populistas.

Apesar da alteração do nome, o qual ao invés de tecnopopulismo, Edilene Lôbo e José Luis Bolzan de Moraes (2019) denominam de Cyberpopulismo, em conformidade com a pesquisadora Vânia Baldi (2018), o fenômeno ainda mantém algumas características do passado. Deu-se propulsão ao ideal de uma democracia direta, sem mediadores e, conseqüentemente, representatividade, devido às redes sociais. Mas trata-se de uma falsa democracia, pois camufla uma espécie de ‘fascismo eterno’, que impede o avanço científico, o pensamento crítico, a possibilidade de contestação, a inclusão às diferenças e alimentam o nacionalismo, a violência, o medo e a frustração das pessoas com a economia e as crises sociais.

Os autores compararam o populismo ao fascismo, pois ambos, segundo os autores, possuem uma retórica salvacionista, apontam para um inimigo que deve ser eliminado e agem em prol da busca de um poder absoluto. Afirmam que o populismo está atrelado à privatização da política, ao carisma e discursos extremistas e de falsas promessas que o líder populista usa para manipular as massas. O discurso populista se tornou exponencial devido às novas tecnologias da comunicação, que aproximam ainda mais o candidato ao eleitor, atacando quaisquer intermediários, tais como as instituições democráticas da sociedade e do Estado. (LÔBO, BOLZAN DE MORAIS, 2019)

De acordo com o jornalista Giuliano Da Empoli (2019), a nova onda populista é dotada de critérios racionais, desse modo, ao invés de restringir-se a reprová-la como uma loucura dos líderes, cabe, antes de tudo, entendê-la. As duas causas, que fomentam esse fenômeno, se pautam no descontentamento real da população frente às crises econômicas, políticas e sociais, por fim, trata-se de uma estratégia, racionalmente, pensada para utilizar dos veículos de comunicação digitais na disseminação massiva de desinformação, discursos de ódio e teorias da conspiração.

Como será visto adiante o populismo pode ser dividido em níveis e o que, na verdade, aproxima o populismo do fascismo é apenas o seu mais alto grau. Nem sempre, no populismo, a identificação do inimigo é explícita nos discursos do líder populista, bem como, a iniciativa para o extermínio da oposição, de forma violenta, pode não chegar a ser evocada.

2.4 Análise do (tecno)populismo no Brasil

O Team Populism³³ desenvolveu três ferramentas principais para medir o grau de populismo entre os atores políticos: (1) “Surveying politicians” - pesquisas quanto ao comportamento dos representantes eleitos; (2) “Analyzing what political actors say” - análises do posicionamento dos partidos e discursos dos candidatos; (3) “Surveying experts” - pesquisas sobre a opinião dos eleitores e especialistas da ciência política.

O grupo de acadêmicos da rede Team Populism criou um conjunto de itens para identificar as expressões relevantes do conceito de “populismo”, de forma apartada e individualmente, em três grupos de eleitores, quais sejam: pessoas de centro, “people-centrism”; pessoas anti-elite, “anti-elitism”; pessoas de ideal maniqueísta³⁴, “Manichaeian outlook”. Em seguida, eles realizaram uma análise exploratória para verificar quais as expressões “populistas” e “não-populistas” mais comuns em cada um dos grupos. O terceiro passo foi testar quais os itens são invariantes entre os países. Esse esforço resultou nos seguintes apontamentos:

³³ O teste para saber o quanto populista você é se encontra disponível no site <<https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2018/nov/21/how-populist-are-you-quiz>> Acesso em 25 de maio de 2019.

³⁴ Maniqueísta diz respeito a uma filosofia oriunda de uma antiga religião, a qual separava tudo em “bem” e “mal”. Também pode significar “dualidade”.

Tabela 1 – Expressões comuns

Grupo de Eleitores	Expressões comuns
Pessoas de Centro <i>People-centrism</i>	Os políticos devem sempre ouvir atentamente os problemas do povo. Os políticos não precisam gastar tempo entre as pessoas comuns para fazer um bom trabalho.* A vontade do povo deve ser o princípio mais alto da política de um país.
Pessoas anti-elite <i>Anti-elitism</i>	O governo é praticamente governado em prol daqueles que cuidam dos seus próprios interesses. Autoridades do governo usam seu poder para tentar melhorar a vida das pessoas.* Muitas das pessoas que dirigem o governo são tolas.
Pessoas de Ideal Maniqueísta <i>Manichaeian outlook</i>	Você pode dizer se uma pessoa é boa ou ruim se você conhece sua política. As pessoas com as quais discordo politicamente não são más.* As pessoas com as quais discordo politicamente são apenas mal informadas.

Fonte: Resultados de pesquisa realizada pelo Team Populism, organização própria. **Expressões menos atreladas a posicionamentos populistas*

Indivíduos “populistas” expressam altos níveis de “*people-centrism*”, “*anti-elitism*” e “*manichaeian outlook*”. No geral, o perfil psicológico dos eleitores populistas é fortemente associado a: baixa satisfação com a vida pessoal; pensamento conspirador; insatisfação com o funcionamento da democracia; sentimentos de ser tratado injustamente pelo Estado e pela sociedade; entre outras queixas que variam de acordo com o contexto social e nacional.

Ademais, segundo a pesquisadora Nina Wiesehomeier³⁵, para uma análise do grau de populismo no discurso do “líder político”, o Team Populism elaborou uma escala de 1 (populista) a 20 (não populista), para que os eleitores avaliassem o candidato, levando em consideração alguns dos seguintes parâmetros:

Tabela 2 – Exemplo de Parâmetros Considerados

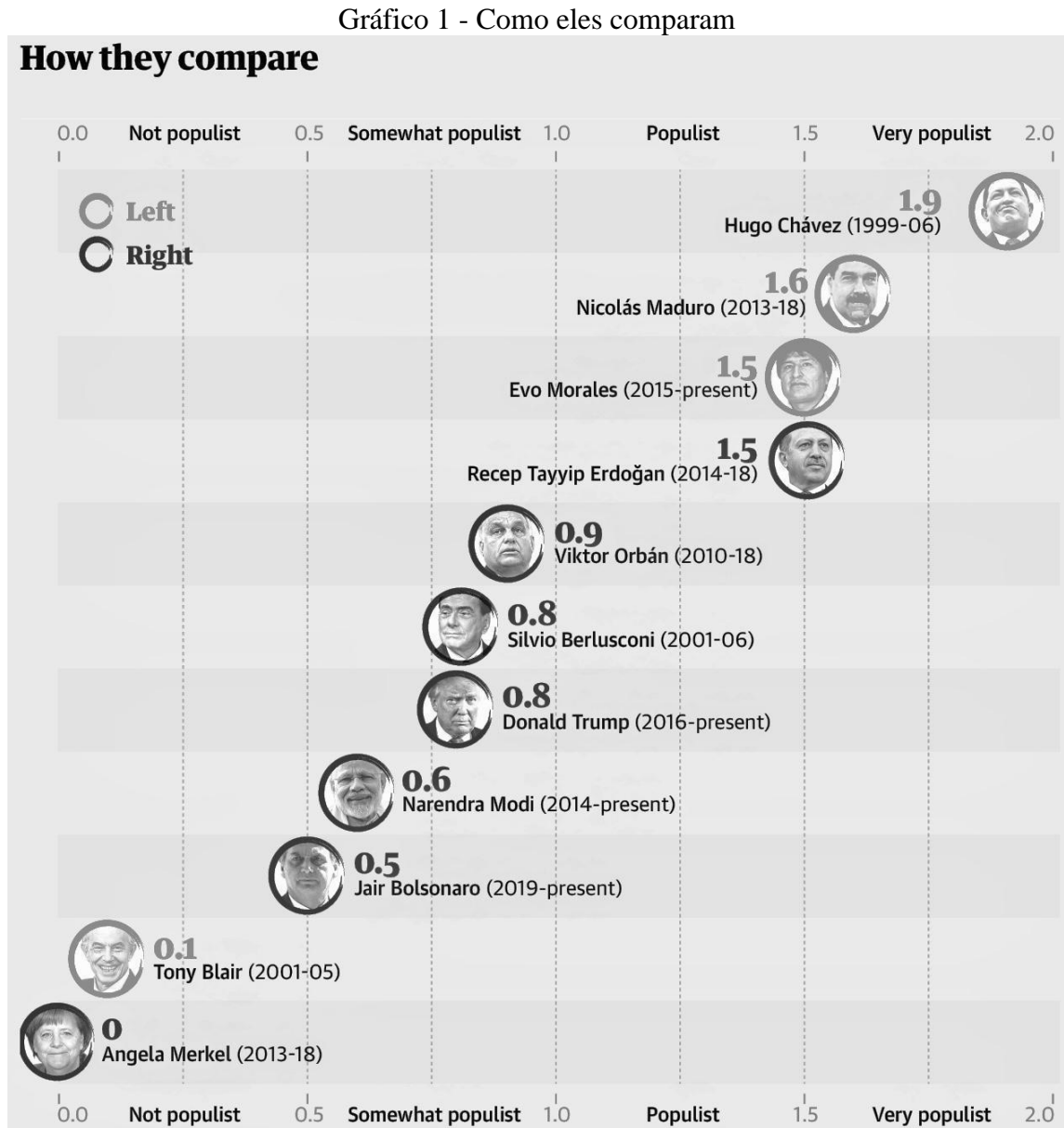
Escala aproximada	Exemplo de Parâmetros considerados
1 (Populista)	Se o candidato identifica-se com as pessoas comuns e respeita suas diferenças. Se o candidato demoniza e difama os adversários. Se a retórica do candidato não é nem um pouco importante. Se o candidato usa um estilo informal e uma linguagem popular.
2 (Não populista)	Refere-se mais genericamente aos cidadãos e aos seus interesses. Trata os oponentes com respeito. Se é extremamente importante. Usa um estilo “bem-educado” e uma linguagem mais formal.

Fonte: Resultados de pesquisa realizada pelo Team Populism, organização própria.

Importante ressaltar que, essa abordagem não trata o populismo como uma categoria binária. Em vez disso, reconhece que os eleitores podem estar em diferentes graus de

³⁵ Palestra proferida por Nina Wiesehomeier. Populism in Latin America: Insights from a Expert Survey. No Ciclo de Palestras 2019: Pensando o Brasil hoje: o que a a Ciência Política tem a dizer?. Centro de Estudos do Comportamento Político (CECOMP). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), 22 de março de 2019.

populismo. Neste sentido, dados de uma pesquisa recente do Team Populism mostram como os discursos dos “líderes políticos” continham ideias populistas, numa escala de 0 a 2, variando de não-populista a muito populista, conforme o gráfico abaixo:



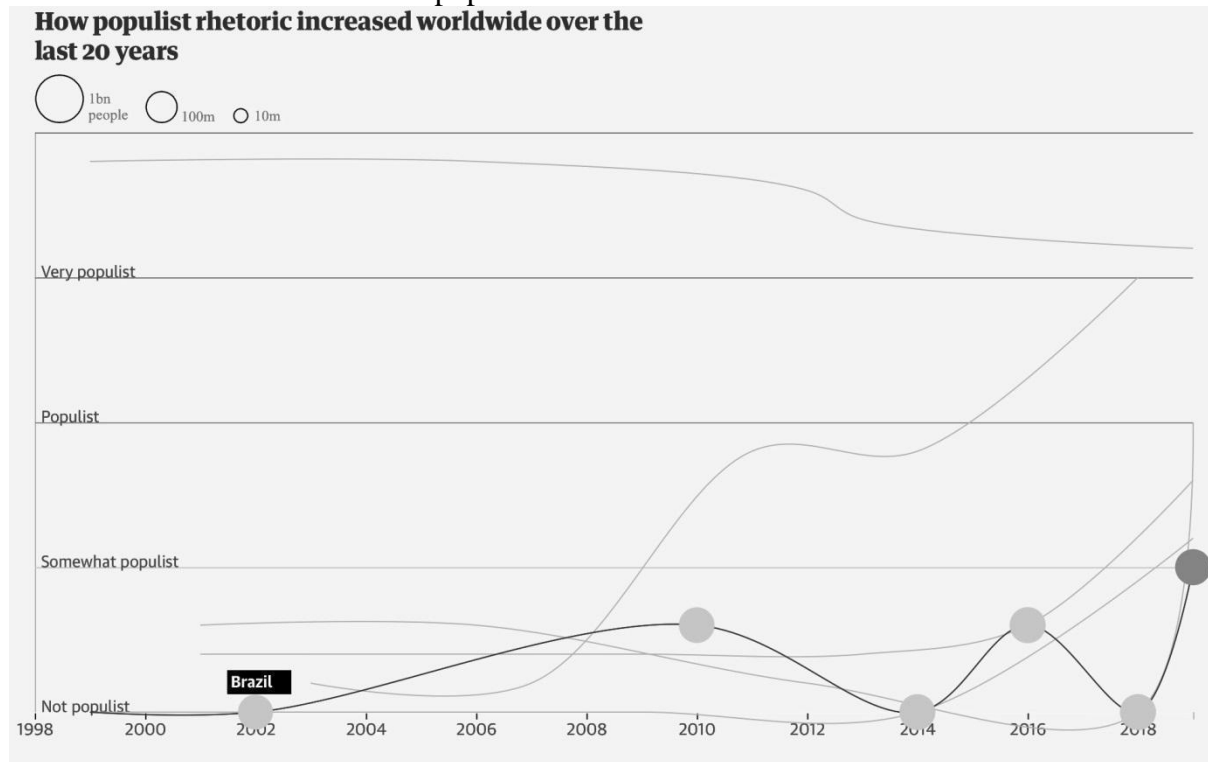
Fonte: The Guardian, 06 de março de 2019.

Segundo o gráfico 1³⁶, o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, apresentou ter um discurso “um pouco populista” - 0.5 -, num viés de “direita política”. Contudo, de acordo com

³⁶ A pesquisa, baseada na análise de discursos públicos de primeiros-ministros, presidentes e chanceleres de 40 países, sugere que o número de líderes populistas mais do que dobrou desde o início dos anos 2000. Os dados apontam o discurso populista de líderes em todos os maiores países da Europa e das Américas, além da Índia. A pontuação média do populismo, em todos os 40 países, dobrou de 0,2 no início dos anos 2000 para cerca de 0,4 hoje. O número de países com líderes classificados como pelo menos “um pouco” populistas - uma pontuação de

o Team Populism³⁷, as recentes eleições no Brasil colocaram problemas para os pesquisadores, pois, Jair Bolsonaro não está no poder há tempo suficiente para fornecer uma ampla amostra de discursos sem campanha.

Gráfico 2 - Como a retórica populista tem crescido no mundo nos últimos vinte anos



Fonte: The Guardian, 06 de março de 2019.

Conforme o gráfico 2³⁸, a retórica populista no Brasil teve um aumento significativo nos últimos 20 anos, obtendo seu ápice a partir de 2018. Uma questão talvez surpreendente é que o ex-presidente (2003-2011) Luiz Inácio Lula da Silva foi classificado como “não populistas”: Three-quarters of leaders in the database, including Poland’s Donald Tusk, the

0,5 e acima - também dobrou nesse período, de 07 em 2004 para cerca de 14 nos últimos anos. (THE GUARDIAN, 06 de março de 2019, tradução minha).

³⁷ LEWIS, Paul; CLARKE, Seán; BARR, Caelainn. How we combed leaders’ speeches to gauge populist rise. Team new populism World news. The Guardian, 06 de março de 2019. Disponível em < <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/06/how-we-combed-leaders-speeches-to-gauge-populist-rise> > Acesso em 20 de abril de 2019.

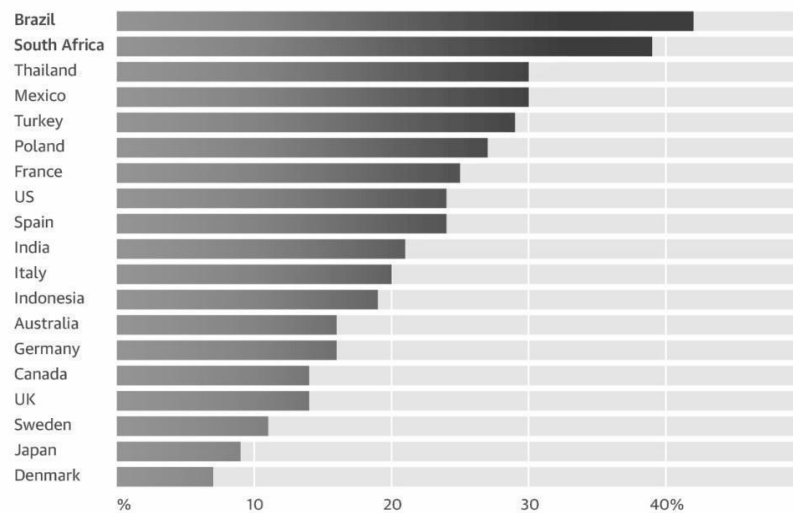
³⁸ É um gráfico temático, por isso deve-se acessar o link para ter acesso as análises dos demais países: Disponível em < <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2019/mar/06/revealed-the-rise-and-rise-of-populist-rhetoric?fbclid=IwAR2g0uc91ixPX2YJmuQgm8JubFb2ygCC3Dw-DFI2gVbjrgMnLDv4PsiCt9c> > Acesso em 20 de abril de 2019.

UK's David Cameron, Brazil's Luiz Inácio Lula da Silva and Germany's Angela Merkel, were classified as “not populist”³⁹.

De acordo com a pesquisadora Nina Wiesehomeier, isso ocorre pois, de forma genérica, as pessoas reduzem o populismo sempre a líderes carismáticos, como “Lula”⁴⁰. No entanto, segundo a cientista política, quando se analisa os critérios objetivos, é possível auferir que, apesar de “Lula” ser carismático, este não era populista, assim como acrescenta a autora, Barak Obama era carismático, mas não era populista.

Outra matéria do Team Populism, ainda mais recente, de 01 de maio de 2019⁴¹, evidenciou que o Brasil, dentre os países analisados, tem a maior porcentagem de populismo⁴²:

Gráfico 3 - Brasil e África do Sul têm o maior percentual de populistas entrevistados
Brazil and South Africa had the highest percentage of **populist respondents**



Guardian graphic. Source: YouGov. Total sample was 21,295, with 4,542 populist respondents.

Fonte: The Guardian, 01 de maio de 2019.

³⁹ Três quartos dos líderes no banco de dados, incluindo o polonês Donald Tusk, o britânico David Cameron, o brasileiro Luiz Inácio Lula da Silva e a alemã Angela Merkel foram classificados como "não populistas" (THE GUARDIAN, 06 de março de 2019, tradução minha)

⁴⁰ Quanto ao governo de Dilma Rousseff, não houve pontuações específicas por Nina Wiesehomeier, nem pela equipe do Team Populism. Contudo, para uma análise interessantíssima sobre o tema é recomendado a leitura do texto “Igualdade de oportunidades e discurso político eleitoral: as campanhas de 2010 e 2014 de Dilma Rousseff” das autoras Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires e Viviane Gonçalves Freitas (2018).

⁴¹ PHILLIPS, Dom; BURKE, Jason; LEWIS, Paul. How Brazil and South Africa became the world's most populist countries. The Guardian, 20 de maio de 2019. Disponível em <https://www.theguardian.com/world/2019/may/01/how-brazil-and-south-africa-became-the-worlds-most-populist-countries?fbclid=IwAR3_kM8338GyyksWxPBp3hwCiSOuhvjCcvRvUtKRhx2hCf0NAEYwSVDS-I> Acesso em 01 de junho de 2019.

⁴² A partir de uma análise de 19 grandes países pesquisados pelo YouGov-Cambridge Globalism Project em parceria com o The Guardian, nenhuma nação tem uma porcentagem de populismo tão alta quanto no Brasil (THE GUARDIAN, 01 de maio de 2019, tradução minha).

Os pesquisadores explicam que o eixo central da campanha de Jair Bolsonaro era acabar com a corrupção desenfreada, e que muitas pessoas votaram nele esperançosas de que isso fosse concretizado. No entanto, ressaltam que, esse pensamento acabou colocando o Brasil num viés mais populista, sendo mais de dois em cada cinco brasileiros identificados como populistas firmes, com base nas respostas das perguntas feitas na pesquisa.

Esse resultado pode ser observado devido ao histórico de corrupções no país, o que fez com que o povo perdesse a fé na política brasileira e nas instituições democráticas: “Brazil was closely followed by South Africa, where 39% of people held strongly populist views. Both countries have been plagued by years of political corruption that have eroded faith not just in the political class but in democratic institutions, too.”⁴³

Os resultados das pesquisas também expõem que os eleitores populistas eram ligeiramente mais propensos a dizer que consumiam notícias de plataformas como Facebook, YouTube e WhatsApp. Ainda de acordo com os especialistas a mídia social pode explicar a aparente conexão entre a “política populista” e “as teorias da conspiração”, o problema é que muitos destes posts virais também trazem propagandas e notícias falsas.

O professor Marcello Baquero (2010), utilizou-se de apontamentos relevantes para analisar a maturidade política do cidadão, e sua análise advém das pesquisas do instituto NUPESAL, em 2005, que questiona eleitores das cidades de Porto Alegre, Montevideu e Santiago, quanto à relação entre o candidato e partido político; à participação nas atividades políticas; e à avaliação dos serviços públicos.

Os resultados das pesquisas mostram que as pessoas não dão a devida importância aos programas partidários, e sim à “pessoa do candidato”. Isso fere a democracia plena, pois, segundo o autor (BAQUERO, 2010), os partidos políticos devem desempenhar o papel de interlocutores entre Sociedade e Estado. O indivíduo deixa de buscar proteção nas instituições de medição política para apoiar o líder que apresenta soluções imediatas para os problemas socioeconômicos.

As pessoas entrevistadas quase não se interessam em participar das atividades políticas. O autor (BAQUERO, 2010) evidencia que essa situação torna a capacidade de organização dos indivíduos frágil, pois estão vulneráveis ao neopopulismo ao permitirem que sua participação em movimentos sociais seja, na verdade, imposta com base em identificações pessoais.

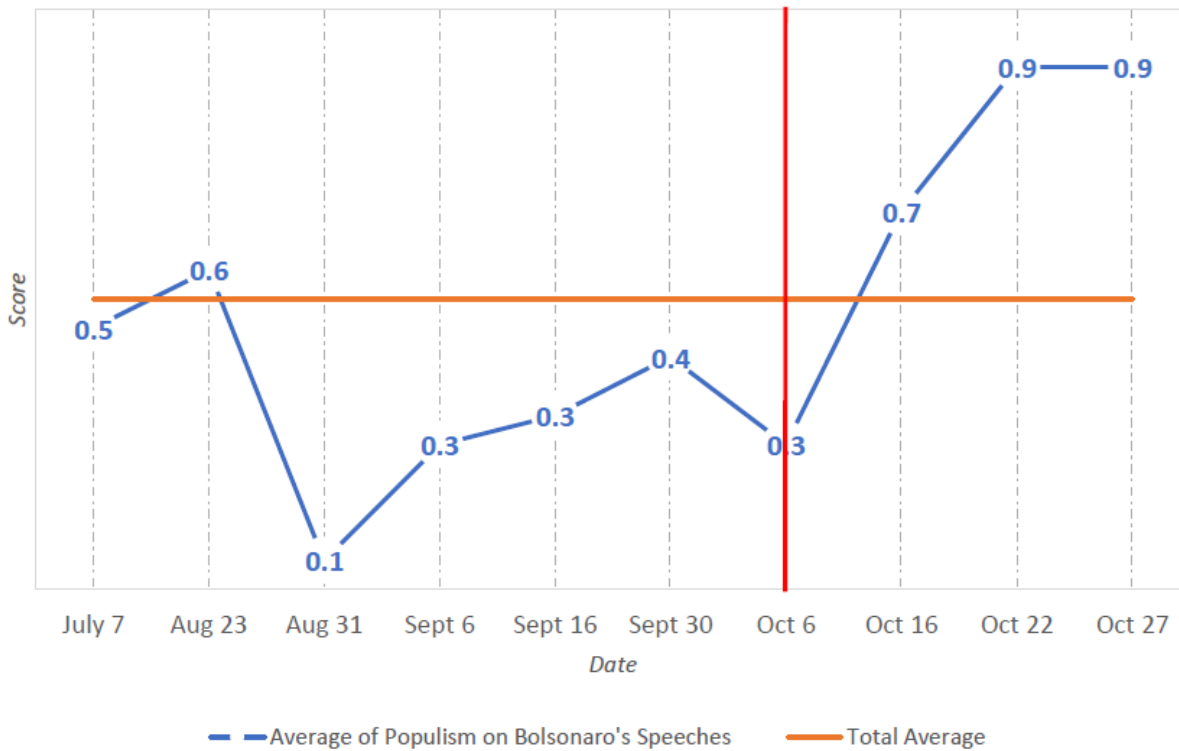
⁴³ O Brasil foi seguido de perto pela África do Sul, onde 39% das pessoas tinham opiniões fortemente populistas. Ambos os países foram atormentados por anos de corrupção política que corroeram a fé não apenas na classe política, mas também nas instituições democráticas. (THE GUARDIAN, 01 de maio de 2019, tradução minha).

Por fim, revela a percepção das pessoas quanto à precariedade da “dimensão material”, o que reforça o “sentimento de desproteção que os cidadãos têm em relação ao Estado e suas instituições, o que os predispõe para discursos demagógicos e fomenta a base para iniciativas neopopulistas” (BAQUERO, 2010, p.189). Diante dessas situações, de ineficácia na resolução dos problemas socioeconômicos, da crise de representatividade política, da falta de interesse ou condição de participar da política, as pessoas se tornam vulneráveis a acreditar e apoiar os discursos dos “líderes heróis da pátria”.

Eduardo Ryo Tamaki e Mario Fuks (2019), pesquisadores do Team Populism, procederam a análises dos discursos da campanha de Jair Bolsonaro nas eleições brasileiras de 2018, que indicou uma mistura de populismo com aspectos patrióticos e nacionalistas. Primeiramente, os autores partem da análise de Hawkins e Rovira Kaltwasser (2018) de que o populismo compreende três dimensões: (1) o enaltecimento da vontade popular, contudo o sentido de ‘povo’ para o populismo é algo maleável, é um grupo que muda conforme o contexto; (2) sentimento *anti-establishment*, que questiona a legitimidade do sistema, ou anti-elitismo, que enquadra uma elite como corrupta e egoísta com o escopo de tirar o poder do povo; (3) a adoção de um viés maniqueísta da política com o intuito de dividir os grupos nos polos bem versus mal.

Os pesquisadores utilizaram a escala de 0 a 2 para indicar o nível do populismo do candidato e analisaram os discursos no período entre julho a outubro de 2018. Os pesquisadores evidenciam que houve um aumento significativo do nível de populismo nos discursos de Jair Bolsonaro depois da primeira fase das eleições, saindo de 0.3 e alcançando 0.9. O que comparado com os últimos presidentes brasileiros, Michel Temer, Dilma Rousseff, Lula e Fernando Henrique Cardoso (FHC), é o discurso que teve mais elementos populistas no período de 20 anos, sendo o primeiro a alcançar o nível 0.5, enquanto os outros não passaram de 0.3, conforme ilustrado no gráfico e tabelas abaixo:

Gráfico 3 – Progression of Populism on Bolsonaro's Campaign Speeches
 Progression of Populism on Bolsonaro's Campaign Speeches



Fonte: TAMAKI, FUKS, (2019)

Tabela 3 – Nível de populismo dos líderes

Leaders	Term	Average / Total Score
Luis Ignácio Lula da Silva	2003 – 2011	0.3
Dilma Rousseff	2011 – 2016	0.2
Michel Temer	2016 – 2018	0
Fernando Henrique Cardoso	1995 – 2003	0

Fonte: TAMAKI, FUKS, (2019)

Quanto aos discursos de Lula, no de 2003 a 2011, não carregavam o viés maniqueísta, ao contrário tratava-se de uma abordagem de consenso e negociação, apesar de criticar opositores, não os enquadrava como uma fonte de mal, mas enaltecia fortemente a classe trabalhadora, o que caracteriza o parâmetro do louvor a vontade popular. O nível 0.2 de Dilma, na verdade, se refere a um problema e época específicos, durante o seu processo de impeachment no segundo mandato. A ex-presidente passa a fazer constantes referências a

inimigos que poderiam estar conspirando contra ela e que estariam contrariando a vontade popular. Por fim, quanto a Temer e FHC, não há elementos significativos do populismo em seus discursos. (TAMAKI, FUKS, 2019)

Bolsonaro comparado aos líderes internacionais, Hugo Chávez e Donald Trump, apresenta níveis baixos de populismo. Chávez alcança os 1.8, quase um nível de populismo perfeito (2.0), pois seus discursos há uma forte divisão de uma perspectiva de bem versus mal, culpa a corrupção das elites como inimigo responsável pelos problemas da população e enaltece a vontade popular e o ideal de povo. A pontuação de Trump é próxima a de Bolsonaro, o ex-presidente americano apresenta um viés maniqueísta, coloca como inimigo uma elite política e enaltece determinado grupo como povo, contudo é inconsistente:

Tabela 4 – Nível de populismo dos líderes internacional

<i>International Leaders</i>		
Hugo Chávez	1999 – 2013	1.8
Donald Trump	2017 – today	0.8

Source: Data produced by Team Populism

Fonte: TAMAKI, FUKS, (2019)

Jair Bolsonaro não se enquadra em um populismo perfeito, mas trouxe um nível de populismo que não estava presente já há 20 anos no cenário brasileiro. Quanto à primeira dimensão do populismo, ‘a vontade popular’, se traduz em um povo de valores e religião tradicionais e apenas esses ‘cidadãos de bem’ são incluídos na nação brasileira nos discursos do presidente. Na segunda dimensão, o inimigo do ‘povo’ pode ser ou não explícito, mas nos discursos de Bolsonaro, o culpado é o Partido dos Trabalhadores (PT) pelo seu governo ‘corrupto’. Com a aproximação das eleições o discurso do presente passa a ficar mais violento defendendo até medidas não democráticas para derrubar seus adversários. Por fim, enquadra-se na última dimensão ao dividir moralmente os ‘cidadãos de bem’, aqueles que defendem os valores da família tradicional brasileira, e aqueles que vão contra essa ideologia, o polo do mal. Contudo, a dimensão maniqueísta não é constante, pois Jair Bolsonaro também ressalta a união da sociedade brasileira, dentro das perspectivas de patriotismo e nacionalismo, não que elas pudessem se aliar ao populismo, mas no caso dos discursos do presidente elas contrariam os aspectos das outras dimensões, o faz com que o nível de populismo de Bolsonaro não seja mais elevado no período analisado. (TAMAKI, FUKS, 2019)

O tecnopopulismo pode ser destacado com maior propulsão, no Brasil, a partir de outubro de 2018. O Jornal de Folha de São Paulo publicou uma matéria que gerou grande polêmica sobre o financiamento ilegal de campanhas por empresas privadas, no WhatsApp, contra o PT. Os contratos atingem até o valor de 12 milhões de reais, tendo como objeto disparos de mensagens em massa, usa-se a base de usuários do próprio candidato, com o valor em média de R\$ 0,08 a R\$ 0,12 ou compra-se bases vendidas por empresas de estratégia digital, R\$ 0,30 a R\$ 0,40. (MELLO, 2018)

As referidas condutas ferem a legislação eleitoral que veda a doação de campanha por empresas e a doação não declarada, bem como, é ilegal a compra de base terceiros, os candidatos estão restritos à sua lista de apoiadores que voluntariamente cederam algum dado. Ocorre que, algumas empresas telefonia, por exemplo fornecem esses dados ilegalmente, violando a privacidade de seus clientes. (MELLO, 2018)

Algumas das agências que fornecem esse serviço foram a Quickmobile, que negou envolvimento com esse tipo de conduta, Croc Services, Yacows, não quiseram se posicionar, e SMS Market, não quis dar entrevista ao Jornal. E dentre as empresas que compram este tipo de serviço estava a Havan, que ao ser questionada pelo Jornal da Folha de S.Paulo, seu dono, Luciano Hang, garantiu desconhecimento acerca desse tipo de prática. Esses serviços eram comprados por empresas apoiadoras da campanha do atual Presidente da República, Jair Bolsonaro, na época das eleições presidenciais brasileiras de 2018. (MELLO, 2018)

Essas agências não estavam aceitando novos pedidos antes do dia da eleição, 28 de outubro de 2018, pois diziam estar já abarrotadas de pedidos. Na prestação de contas do atual Presidente, à época candidato pelo PSL, apresentava-se apenas a AM4 Brasil Inteligência Digital, por um valor de R\$ 115 mil direcionados as mídias digitais. Referida empresa se negou quanto a prática de disparos de mensagens no WhatsApp contendo desinformação, alegando que as próprias bases de apoiadores de Jair Bolsonaro, voluntariamente, faziam a campanha do candidato. Porém, segundo a investigação do jornal Folha de S.P, os funcionários da referida empresa usavam ferramentas como o TextNow para gerar números estrangeiros de modo automático, assim os funcionários ou apoiadores detinham esses números, para poderem administrar ou participar de forma sigilosa dos grupos de WhatsApp, bem como, para fugir das regras do aplicativo em território nacional, ultrapassando a quantidade máxima de usuários por grupo, de 256 participantes, e o número de mensagens que poderiam ser encaminhadas de uma vez, de até 20. (MELLO, 2018)

Com o uso de algoritmos para extração e análise dos dados, os administradores dos grupos classificavam os integrantes, como ‘apoiadores’, ‘detratores’ e ‘neutro’, e mandavam

conteúdo personalizado para cada tipo de grupo. Como os grupos de WhatsApp são privados não há como, de forma exata, informar a quantidade de pessoas que atuavam nos grupos anti-PT, a estimativa varia de 20 mil a 30 mil. Ademais, não há provas de que a empresa AM4 tivesse realizado algum contrato de disseminação de mensagem e ainda negou que havia mineração de dados para criação de conteúdo direcionado, personalizado para cada espécie de grupo. (MELLO, 2018)

O problema maior é o não aparecimento da perspectiva diversa do pensamento da pessoa em sua página de busca ou rede social, o que leva o usuário apenas fomentar os discursos que já sejam de sua opinião. Ademais, a mídia é feita para alimentar esse viés confirmatório também ao passo que o conteúdo é padronizado para atender os interesses e opiniões dos usuários. Por isso, é fundamental que aqueles conteúdos de desinformação sejam rotulados como tal, para que ao menos o usuário se questione da veracidade daquela informação. Além disso, são sumárias as políticas de conscientização, ou seja, banners que direcionem o usuário para páginas oficiais daquele conteúdo postado da rede independente da sua veracidade, como na campanha de vacinação, que em algumas palavras chaves, a rede já adicionava o banner a postagem.

3 FAKE NEWS (DESINFORMAÇÃO): HISTÓRIA E COMPREENSÃO DO INSTRUMENTO

3.1 *Fake news* (desinformação) na história

A manipulação e controle das informações não é algo dos dias atuais, por exemplo, em 1938, ano subsequente a implantação da ditadura “Estado Novo”, no Brasil, por Getúlio Vargas, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), cujo o objetivo era enaltecer o governo e censurar qualquer forma de oposição, limitando a liberdade de imprensa dos jornais e rádios, bem como, proibindo a veiculação de determinadas peças teatrais, livros e filmes. A propaganda política era coordenada pelo DIP, que produzia e divulgava conteúdo voltado para o fortalecimento do Estado Novo, apresentando o presidente Vargas como o “Pai dos pobres”, por ter tornado acessível diversos direitos sociais ao povo, como a criação de leis trabalhistas, de uma rede pública de saúde e educação⁴⁴.

Em março de 1983, após a apresentação ao Congresso Nacional brasileiro da proposta de emenda à Constituição para que fosse reestabelecido as eleições diretas à Presidência da República, iniciou-se, em abril do mesmo ano, o movimento “Diretas Já”, em meio a ditadura militar que assombrava o país. A rede televisiva “Globo” foi acusada de não dar a devida cobertura às passeatas que vinham ocorrendo pelo território nacional: “O presidente das Organizações Globo [atual Grupo Globo] temia que uma ampla cobertura da televisão pudesse se tornar um fator de inquietação nacional” (MEMÓRIA GLOBO 1983/1984, 2020).

Somente em dia 25 de janeiro, durante o maior comício das “Diretas Já”, realizado na Praça da Sé, na capital paulista, é que a emissora transmitiu matéria de repercussão nacional e, diga-se, ainda de maneira bastante contida e duvidosa. A “TV Globo”, em defesa às acusações que vinha sofrendo, ressaltou que “se por um lado segmentos da sociedade pressionavam a Rede Globo para se engajar nas manifestações pelas Diretas, por outro a emissora vinha sendo pressionada pelos militares a não cobrir os eventos” (MEMÓRIA GLOBO 1983/1984, 2020).

A ditadura militar no Brasil, que perdurou do dia 01 abril de 1964 a 15 de março de 1985, inviabilizou de diversas maneiras o direito a liberdade de expressão, apesar de não excluir do texto constitucional a “livre manifestação do pensamento”. Contudo, a mera oposição ao governo já era considerada abuso desse direito, os indivíduos e a imprensa eram

⁴⁴ VAINFAS, Ronaldo, et al. História: volume único. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 685 - 693.

fortemente censurados, no âmbito da previsão legal da Constituição de 1967 (art. 150, § 8º e art. 151).

Apesar, deste cenário, a conduta adotada pela referida emissora de TV não foi completamente escusada pela censura do governo militar. No documentário “Muito além do cidadão Kane”⁴⁵, produzido pelo britânico de Simon Hartog e lançado em 10 de maio de 1993, é evidenciada a relação de interesse entre a mídia e o governo, focalizando principalmente na história de ascensão do jornalista Roberto Marinho, que ao fundar a Rede Globo de TV contou com o apoio do governo militar. Além de uma concessão pública, a emissora não precisava ser censurada, pois proporcionou a manipulação e formação de opinião pública pró-ditadura, em troca de determinadas proteções políticas, como foi o caso da “Time-Life”, em que o governo cessou a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) contra emissora, por esta ter aceitado ilicitamente capital estrangeiro ao se associar a empresa americana Time-Life. Segundo matéria do Jornal Folha de São Paulo, a rápida ascensão da emissora se deu pela estreiteza da relação de Roberto Marinho com o governo de Castelo Branco (CONTI, FOLHA DE SÃO PAULO, [1.999?]).

A relação entre mídia e poder para assegurar a manipulação do discurso público e o monopólio da informação foi bem retratada no clássico do cinema de 1941, o filme “Cidadão Kane”⁴⁶, dirigido por Orson Welles. Nele, o personagem principal “Charles Foster Kane”, um poderoso magnata da imprensa controlava os meios de comunicação, manipulando as notícias para conquistar o público e influenciar a opinião das pessoas. Tratava-se de uma ficção baseada na história de William Randolph Hearst, que detinha grande domínio sob as redes de jornais dos Estados Unidos e utilizava do seu poder para manipular a opinião pública, uma das razões pelas quais, à época, o filme “Cidadão Kane” não teve a ampla audiência esperada, tendo em vista que, Hearst não gostou da imagem pejorativa que o filme mostraria sobre sua pessoa. Diante disso, Hearst usou de sua influência política e jornalística para propagar rumores de que Orson Welles era comunista, segundo o “History.com Editors” (2020), o que seria uma grande ameaça naquele tempo, levando em consideração o contexto histórico da Segunda Guerra Mundial (1939 a 1945). (HISTORY.COM.EDITORS, 2020).

William Randolph Hearst era popularmente conhecido e criticado por usar de sensacionalismo em seus jornais, postura nomeada como “imprensa amarela”, devido a rixa pela aquisição da história em quadrinhos de Richard Outcault “The Yellow Kid”, entre o

⁴⁵ Beyond Citizen Kane. Direção: Simon Hartog. Produção: John Ellis. Reino Unido: Large Door Ltd, 1993. Disponível em: < https://m.youtube.com/watch?v=FCuuptHuI_E > Acesso em: 25 jun. 2020.

⁴⁶ Citizen Kane. Direção: Orson Welles. Estados Unidos: Mercury Productions, 1941.

jornal “The New York Journal”, comprado pelo magnata, e o jornal de Joseph Pulitzer, “New York World” (HISTORY.COM.EDITORS, 2018). No Brasil, a expressão é conhecida como “imprensa marrom”, em razão de Calazans Fernandes, chefe de reportagem do jornal “Diário da Noite”, do Rio de Janeiro, em 1960, ter optado por utilizar a cor marrom na manchete, a qual denotaria melhor o sentido pejorativo do sensacionalismo, ao invés de utilizar a cor amarela que se relaciona a algo mais brando. O que diferencia o “jornalismo sério” da “imprensa marrom” é que esta tenta acionar o emocional para que a notícia possa ser vendida facilmente, por chamar a atenção das pessoas, ao elaborar manchetes com linguagem exacerbada. Ressalta Naiara Longhi que sensacionalismo é uma “forma de produção de notícias que prioriza acontecimentos triviais, tornando-os espetaculares, que se utiliza de linguagem coloquial e que tem gosto pelos temas deixados a margem pelo jornalismo de referência” (LONGHI, 2005, p. 2).

Há, contudo, momentos em que a criatividade no jornalismo pode encontrar problemas, principalmente quando se coloca na linha tênue entre verdade e a ‘criatividade’. Orson Welles, antes de dirigir o filme “Cidadão Kane” ficou bastante conhecido mundialmente por sua radionovelização da obra “A Guerra dos Mundos”, uma famosa ficção científica escrita por H.G. Wells, que tratava de uma invasão alienígena. Em 1938, na véspera do dia das bruxas, no programa “Mercury Theater on the Air”, pela CBS, Orson Welles adaptou o livro para o programa de rádio, convertendo a obra para o formato de uma transmissão radiofônica regular daquele tempo, sua interpretação fez parecer que os Estados Unidos realmente estava sendo invadido e atacado por alienígenas, o que trouxe pânico aos norte-americanos. A maior razão para a grande repercussão do fato, segundo os professores de comunicação Jefferson Pooley e Michael J. Socolow (SLATE, 2013), não passou de uma manobra sensacionalista dos jornais da época, que divulgaram o ocorrido de maneira mais histórica do que realmente aconteceu para que a credibilidade nos rádios fosse abalada: “A nação como um todo continua a enfrentar o perigo de notícias incompletas e mal compreendidas por um meio que ainda precisa provar [...] que é competente para realizar o trabalho de notícias”. (POOLEY e SOCOLOW, SLATE, 2013).⁴⁷

Os referidos professores ao analisarem os telefonemas e testemunhos do serviço de classificação nacional da C.E Hooper, que na noite da transmissão de “Guerra dos Mundos” ligou para 5.000 famílias, observaram que apenas 2% dos entrevistados alegaram estar ouvindo o “play” ou “o programa do Orson Welles”, além disso ninguém informou ter

⁴⁷ “The nation as a whole continues to face the danger of incomplete, misunderstood news over a medium which has yet to prove ... that it is competent to perform the news job.”

escutado a uma “transmissão de notícias” (POOLEY e SOCOLOW, SLATE, 2013). Outro motivo para falta de audiência exacerbada da adaptação do livro foi o fato da performance de Welles ter passado no mesmo horário do programa nacional de comédia “o perseguidor Edgar Bergen, Chase and Sanborn Hour”, um dos mais populares da época.

Em outro caso, ocorrido na cidade de São Luís/Maranhão, em 1971, a rádio Difusora comemorou seu aniversário fazendo uma transmissão adaptada da “Guerra dos Mundos” do Orson Welles, mas, ao invés de uma invasão alienígena, tratava-se do fim do mundo. O jornalista Alec Duarte apontou que “os relatos sobre as consequências da transmissão são conflitantes, mas sabe-se com certeza que o comércio do centro histórico de São Luís fechou as portas” (G1, 2011). Um oficial do Exército viajou de avião até a cidade e verificou que o caso não era real e, devido à repercussão, o Exército fechou brevemente a rádio.

Importante ressaltar que o Brasil, à época, estava sob ditadura milita, e os conteúdos dos meios de comunicação precisavam ser aprovados pelo departamento de censura da Polícia Federal, além das programações de rádio e TV terem de ser gravadas.

Sérgio Brito, roteirista da adaptação maranhense, em entrevista ao G1, afirmou que esse tipo de alarde não ocorreria facilmente na era da internet: "Hoje, daqui da minha casa, aperto uma tecla no meu computador e consigo checar uma informação. Em 1971, isso era praticamente impossível" (DUARTE, G1, 2011)⁴⁸.

Percebe-se, pois, que a manipulação de notícias sempre existiu ao longo da história, desde uma fofoca entre vizinhos até o sensacionalismo de alguns jornais. O problema real de uma pequena ou grande mentira fica por conta de suas consequências que podem apresentar amplitude inimaginável e prejudicial. O advento da internet tornou o acesso à informação mais rápido e eficaz, e possibilitou um mundo interligado virtualmente.

3.2 *Fake news* (desinformação) na era digital

A era digital conduziu a política a novos rumos ao atingir as principais bases da democracia: a participação, a deliberação pública e a ação institucional. A manipulação dos resultados das eleições é uma consequência da coleta e análise indevida dos dados para desinformar e ameaçar o eleitor, prejudicando-lhe a participação no contexto eleitoral. A qualidade epistêmica do debate público foi minada com teorias da conspiração, discursos de ódio e *fake news*, o que fomentou a desconfiança da população nas instituições democráticas.

⁴⁸ Repetição da dramatização “Guerra dos Mundos” São Luís, Maranhão, 1971. Disponível em: < <https://m.youtube.com/watch?v=6QjfLcE684I> > Acesso em: 20 jun. 2020.

Por fim, as ações institucionais não têm obtido sucesso na fiscalização e punição às violações da legislação eleitoral. (TENOVE, 2018)

De acordo com Zygmunt Bauman (2016), esse cenário se tornou um mercado lucrativo para as grandes empresas de tecnologia, como o Google e o Facebook, que com estratégias de marketing sofisticadas conseguem auferir o público alvo e o tipo de propaganda mais eficiente. Ao contrário da rádio e da televisão, as redes sociais podem ser acessadas por qualquer *smartphone* com acesso a internet. Além da mobilidade do celular, o uso da internet cresceu para 08 a cada dez domicílios no Brasil (IBGE, 2018). Devido a fácil acessibilidade que os mecanismos digitais proporcionam, a potência com que a internet pode influenciar as eleições é bem maior que os meios de mídia anteriores. As redes sociais aproximaram o candidato do eleitor devido ao maior alcance da internet e o baixo investimento que o político pode fazer para garantir isso. (LÔBO e MOREIRA *in* OLIVEIRA *et al*, 2019)

As plataformas como Facebook, YouTube, Instagram, Twitter e WhatsApp são as 05 mais utilizadas no mundo, com mais de 1,5 bilhões de visitantes por mês (eBizMBA, 2020). A internet diminuiu as fronteiras entre as pessoas, proporcionou um compartilhamento de mensagens instantâneo, acesso ilimitado a diversos tipos de informação, como também, permitiu o envio massivo de *fake news*, sem qualquer regulamentação e instrumentos jurídicos capazes de resolver a tempo as consequências acarretadas: a força da onda tecnopopulista mundialmente e o enfraquecimento da democracia.

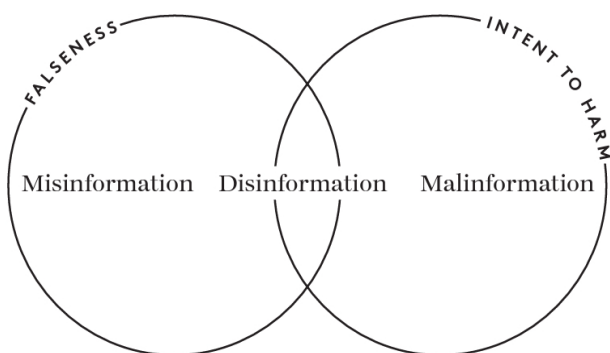
As eleições americanas, em 2016, e as brasileiras, em 2018, sofreram com a influência das *fake news*, principalmente, pelas redes sociais Facebook e WhatsApp, respectivamente. De acordo com Karl Manheim e Lyric Kaplan (2016), o uso do termo *fake news* é novo e usado para descrever conteúdos manipulados com a intenção de enganar. Evidencia o especialista em direito da informática, Ronaldo Lemos (2018), que as “notícias falsas” podem ser classificadas em (1) “Desinformação”, que seria a notícia falsa criada de propósito; (2) “*Misinformation*”, referente ao compartilhamento involuntário de uma notícia falsa, pois não se tinha conhecimento da sua falsidade; (3) “*Male informação*”, que seria uma notícia distorcida. O pesquisador, também, alerta sobre sua modalidade mais perigosa, as denominadas *deep fakes*, que trata de uma falsificação profunda dado o seu grau de sofisticação, com o uso de inteligência artificial para tornar o conteúdo enganoso mais crível. Segundo os pesquisadores Priscilla Menezes e Fabro Steibel (2020), *deep fakes* são manipulações extremas, quando as coisas estão nebulosas e fica quase impossível diferenciar mentira da verdade. E, assim, se encontra a política na era digital, a mercê do tecnopopulismo

que utiliza das novas tecnologias para espalhar *fake news* e alimentar a desconfiança e incertezas nas instituições democráticas.

3.3 Compreensão do instrumento *fake news*: terminologia e tática

O termo popularizado *fake news* (notícias falsas) não é adequado para o problema de disseminação massiva de desinformação, pois, primeiramente, nem todo conteúdo está em formato de notícia, bem como, nem sempre se trata de um conteúdo falso e, mesmo assim, tem a potencialidade de enganar. Segundo Claire Wardle (2019), que lidera a equipe de pesquisa e estratégia do First Draft, além do termo não abarcar os problemas da nova realidade digital, outro motivo para não utilizá-lo é porque políticos frequentemente tentam atacar a credibilidade do jornalismo de compromisso ético ao dizerem ‘notícia falsa’. Essa expressão perde o sentido, pois se propaga por vídeos e imagens manipulados, memes e, geralmente, é conteúdo baseado em um cerne verdadeiro, para que seja mais credível e, por conseguinte, compartilhado (WARDLE, 2019).

Diante da inadequação do termo *fake news*, Claire Wardle (2019) sugere que esse conjunto de fenômenos da desinformação deva se chamar ‘Distúrbios da Informação’ e os divide em três níveis: “*misinformation*”, “*disinformation*” e “*malinformation*”. A editora da agência de checagem de fatos, Ana Rita Cunha (2020), traduz esses níveis, respectivamente, como: ‘conteúdo enganoso’, ‘campanha de desinformação’ e ‘campanha de ataque ou assédio’:



Fonte: WARDLE, 2019.

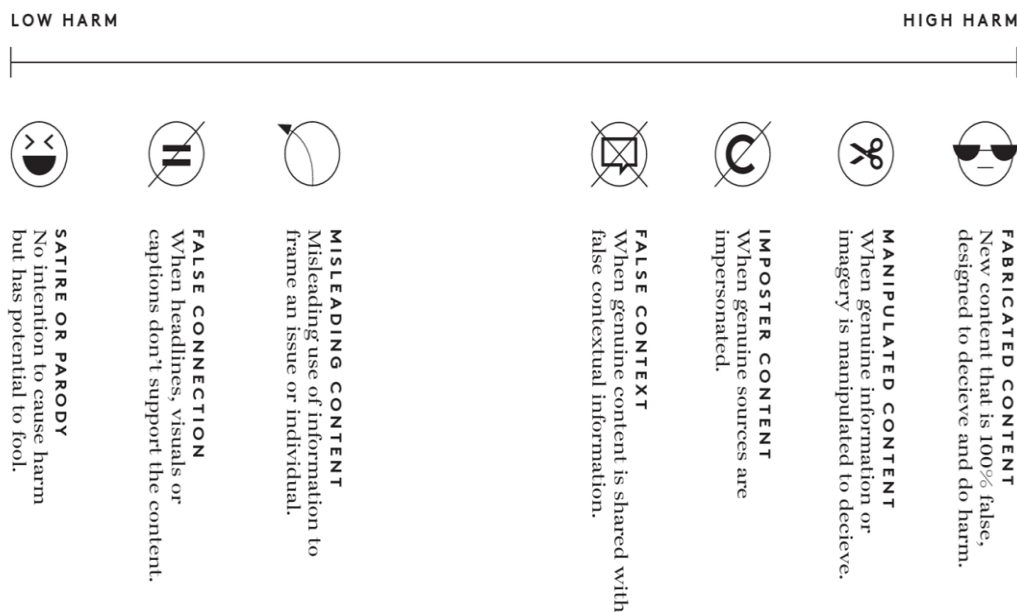


Fonte: CUNHA, 2020.

A propagação de “*Desinformation*” (Desinformação) é motivada por questões políticas, no plano nacional e internacional; obtenção de dinheiro; ou para causar danos. Na internet, os usuários criam nichos identitários, como grupos, pois querem pertencer a algo, esse característica sócio-psicológica, muitas vezes, faz com que as pessoas compartilhem uma desinformação que agrega ao conteúdo do seu grupo, sem terem ciência de que aquele conteúdo é enganoso, a essa forma de disseminação, em que não há intenção e consciência, dá-se o nome de “*Misinformation*” (WARDLE, 2019).

Por outro lado, quando informações editadas propositalmente são compartilhadas com a intenção de causar danos denomina-se “*Malinformation*” (WARDLE, 2019). Como é o caso dos hackers que invadem dados privados dos usuários para divulgá-los na rede, por vezes, fora do contexto original, a fim de embaraçar a imagem social da vítima.

Claire Wardle (2019) para melhor categorizar os tipos de desinformação, com o intuito de se evitar o uso do termo fake news, pontua e descreve 07 categorias de distúrbios da informação, no âmbito dos três níveis expostos, são eles: Sátira ou paródia; Conexão falsa; Conteúdo enganoso; Contexto falso; Conteúdo Impostor; Conteúdo manipulado; Conteúdo fabricado:



Fonte: WARDLE, 2019.

A “sátira ou paródia”, ainda que nem sempre tenha a intenção de causar danos, pode ser utilizada como uma forma de burlar o sistema de verificação da veracidade das informações, sob o argumento de que tratava-se, por exemplo, apenas de um meme ou piada, que por serem conteúdos cômicos frequentemente viralizados nas redes sociais. Além disso, é comum que a “sátira ou paródia” perca seu sentido do contexto original ao serem compartilhadas diversas vezes, o que gera um potencial para enganar (WARDLE, 2019).

A “conexão falsa” também trata-se de um distúrbio da informação em que não há necessariamente a intenção de causar dano, ou seja, ainda no plano da *misinformation*, que se caracteriza pela divulgação de imagens, títulos, chamadas e legendas que não se relacionam com o conteúdo postado (DIGITAL FUTURE E SOCIETY, 2020). Este tipo utiliza da linguagem sensacionalista na manchete para atrair o leitor a clicar na matéria, como uma ‘isca de clique’ (WARDLE, 2019).

Outra categoria de *misinformation* é o ‘conteúdo enganoso’ que usa de forma enganosa diversas informações, editando suavemente uma citação, estatística, foto, para transmitir uma ideia equivocada sobre alguém ou uma situação (DIGITAL FUTURE E SOCIETY, 2020). Por ser nuances, pequenos equívocos, uma citação omitida, uma estatística massageada, um recorte parcial de uma foto, por exemplo, torna-se difícil até mesmo para inteligência artificial detectar e classificar esses mecanismos de conteúdo enganoso (WARDLE, 2019).

Na esfera da *malinformation*, quando a informação falsa é utilizada com o propósito de causar danos, há 04 categorias: ‘contexto falso’, que veicula intencionalmente um conteúdo fora do seu contexto original (DIGITAL FUTURE E SOCIETY, 2020); ‘conteúdo do impostor’, que tem como vantagem a procura de heurísticas pelo cérebro humano, ou seja, atalhos mentais que buscam fontes de maior credibilidade, como associar o logotipo de um jornal sério a uma informação verdadeira, por isso o ‘impostor’ é aquele que usa indevidamente de nomes, marcas ou logotipos de jornais reconhecidos e credíveis para propagar a desinformação (WARDLE, 2019); ‘conteúdo manipulado’, quando o conteúdo é manipulado propositalmente a fim de enganar, geralmente, acontece com fotos e vídeos que são editados para propagação de informação falsa (WARDLE, 2019). Por fim, a última categoria é ‘conteúdo fabricado’ que corresponde a um conteúdo 100% falso, criado com a intenção de enganar e causar dano, a exemplo, sites de notícias fabricados, ou vídeos e gráficos produzidos com informações totalmente imprecisas e equivocadas (Digital Future e Society, 2020, p. 12).

As *deep fakes* ao macular vídeos estrategicamente editados passam maior credibilidade ao espectador, por se tratar de imagens, e se tornam mais populares e difundidas entre as pessoas. Um caso emblemático foi a campanha de Manoj Tiwari, do partido Bharatiya Janata (BJP), que durante as eleições em Nova Delí (Índia), teve seu vídeo de campanha publicitária manipulado para se autopromover entre diversos grupos de eleitores. A equipe técnica do referido candidato indiano fez vídeos convincentes de Tiwari falando línguas que ele nem tinha fluência, como o dialeto hindi popular, Haryanvi, e até mesmo em inglês, para que fosse possível cativar e manipular um número maior de eleitores, esses vídeos com *deep fakes* atingiram “mais de 15 milhões de pessoas em cerca de 5.800 grupos de WhatsApp” (SOUZA, 2020, s.p)

O termo *fake news* se popularizou na mídia como forma de ataque genérico a qualquer desinformação propagada na rede, mas também, é usado para tirar a credibilidade de notícias eticamente produzidas. Segundo a Digital Future e Society (2020), o termo, após a eleição presidencial americana de 2016, principalmente, com o caso da Cambridge Analytica, ganhou fama, ainda que não tenha um conceito concreto e claro, é utilizado para designar a manipulação das informações na mídia. Contudo, a instituição (Digital Future e Society, 2020) ressalta que o termo *fake news* não é adequado para explicar a propagação de desinformação, pois quando as informações não são verificáveis e nem de interesse público não devem, antes de tudo, serem chamadas de ‘*news*’ (notícia).

As técnicas de disseminação de *fake news* para ampliar seu alcance na internet estão associadas a perfis falsos nas redes sociais, compartilhamento de memes, uso de *bot*, *big data*, propaganda micro direcionada, algoritmos de automação e a criação um ‘ecossistema de mídia alternativo’, no qual a desinformação consegue perpassar por diversos meios de comunicação, alcançando a televisão, rádio e jornais (TENOVE, 2018). Bem pontua Vania Baldi (2018) que a propagação das *fake news* não está apenas relacionada a sua viralidade, mas também, as ideias já existentes na mente do usuário, que tende a compartilhar o conteúdo confirmador de sua opinião, ainda que enganoso. Associado a isso, tem-se que as redes sociais foram desenvolvidas para captar, durante um longo período de tempo, a atenção do usuário e, para tanto, tendem a divulgar exclusivamente o que é de interesse da pessoa, o que a impede de dialogar com outras perspectivas (KEEGAN, 2018). Vania Baldi (2018) denomina esse fenômeno de ‘bolhas de filtro’, meio em que a polarização é ampliada, pois o crescimento do nicho identitário é mais importante do que a veracidade e credibilidade do conteúdo. Por impedir o encontro de opiniões divergentes, esse fenômeno impacta direta e negativamente sobre o princípio constitucional da pluralidade, afetando a garantia da igualdade e trazendo

impactos sobre a representatividade eleitoral, tendo em vista a intensificação do discurso nichado sobre vários segmentos da sociedade (LOBO e MOREIRA *in* OLIVEIRA et al., 2019).

Conforme Aline Osorio (2019), ainda há o aspecto psicológico na fabricação das *fake news*, que é voltado para atender o viés confirmatório do leitor. Nesse sentido, o usuário não se permite contestar um conteúdo, mesmo que questionável, desde que esteja confirmando seus argumentos. Quanto a este desafio, o amadurecimento crítico com educação midiática é um caminho promissor. Contudo, como será analisado adiante, são diversos os percalços que se tem que trilhar para combater as *fake news* de atores populistas.

4 ANÁLISE DE SOLUÇÕES: AVANÇOS E OBSTÁCULOS

Conforme será demonstrado não há uma única solução para o combate das *fake news* (distúrbios da informação ou desinformação) usadas por atores populistas nas eleições. Buscou-se medidas capazes de minimizar os danos e que devem agir cumulativamente, desde a prevenção à punição.

As soluções promissoras incluem o uso de tecnologia, educação digital, medidas legais de fiscalização e sanção, bem como, estratégias de rastreamento dos responsáveis. Para o aprimoramento dessas técnicas, a seguir analisadas, foi levado em consideração seus avanços, em termos práticos, e suas limitações diante de determinados obstáculos que a pesquisa evidenciou.

4.1 Combate à *fake news* com o uso de especialistas e tecnologia

4.1.1 Agências de checagem de fato

Os especialistas de checagem de fatos, geralmente jornalistas, atuam na verificação das informações que circulam na internet, por meio de consulta a cientistas, trabalhos acadêmicos e órgãos públicos oficiais. É um trabalho árduo e que acarreta desafios, devido a rápida proliferação das *fake news* nas redes sociais, bem como, alguns tipos de conteúdo são difíceis de serem verificados, o que demanda tempo ou respostas inconclusivas. As agências de checagem de fatos são essenciais no combate à desinformação, porém é importante verificar sua imparcialidade e política de transparência. Para tanto, a presente pesquisa analisou algumas das maiores agências de checagem de fato brasileiras, Projeto Comprova, Projeto Credibilidade, Lupa e Agência Pública. Levou-se em consideração a fonte de financiamento, a metodologia e real eficácia da agência no enfrentamento à desinformação.

Algumas das falibilidades que serão evidenciadas é o alcance ainda não suficiente de uma checagem de fato. As agências divulgam seus resultados em suas próprias redes sociais e veículos de comunicação que possuem parceria, isso significa que o resultado gerado, na maioria das vezes, só vai alcançar o leitor que acessa essas redes e que busca se informar. Contudo, isso não é muito eficiente, tendo em vista que o público alvo de *fake news* se mantém em uma bolha de filtro, pouco acessível para divulgação de conteúdos que expõem a verdade, não costuma se informar por fontes credíveis e nem se preocupa em checar a veracidade do que recebeu.

Outra iniciativa importante, mas insuficiente e que encontra obstáculos, é quanto a tentativa da agência de checagem de fato em monitorar o jornalismo profissional, criando selos de certificação, para garantir ao público maior credibilidade sobre determinada página na rede. Porém, os veículos de comunicação, que agem ilicitamente na propagação de fake news, não estão preocupados em fazer jornalismo sério ou em passar por sistemas de fiscalização para receber qualquer selo que certifique suas atividades.

4.1.1.1 Projeto Comprova

O projeto Comprova tem como objetivo desvendar, sem fins lucrativos, a desinformação nos assuntos sobre políticas públicas, eleições e a pandemia do COVID-19 disseminadas em mensagens, vídeos, imagens e gráficos que circulam nas redes sociais, sites e aplicativos de mensagens. Trata-se de uma iniciativa da First Draft, liderada pela Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo), financiada pelo Google News Initiative e Meta. Tem parceria com 33 veículos de comunicação, alguns deles são Band News, Tv Band, Opovo, Folha de São Paulo, Estadão, SBT, UOL, O Popular, entre outros. Quanto aos parceiros na área tecnológica há a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Newswhip, WhatsApp, Twitter, Torabit e Crowdtangle. (PROJETO COMPROVA, 2022)

A agência propõe garantir: (1) rigor, de modo que a verificação é contextualizada e apenas publicada se no mínimo 03 redações parceiras concordarem; (2) integridade e imparcialidade, a produção do projeto é revisada por um Conselho Editorial que “é formado por representantes sênior dos veículos de comunicação parceiros”; (3) independência, o projeto é independente de qualquer instituição, as decisões não sofrem influência de apoio financeiro ou tecnológico que recebe, não tem filiação política; (4) transparência, explica-se o motivo de seleção do conteúdo a ser verificado, geralmente atrelado a sua popularidade, relevância e interesse público, e como a investigação se procede; (5) responsabilidade ética, garante-se não endossar a disseminação de conteúdo enganoso, desrespeitar a privacidade das pessoas e enfatizar o sensacionalismo. (PROJETO COMPROVA, 2022, s.p)

O site do Projeto Comprova permite que os usuários tenham acesso a relatórios que informam como o conteúdo foi verificado, qual veículo de comunicação foi responsável por aquela verificação, bem como, possibilita ao leitor que denuncie alguma desinformação e que questione a verificação. Os conteúdos verificados são classificados em: (1) enganoso, significa que o conteúdo está descontextualizado, apresenta dados imprecisos, induz a interpretação diversa ou que causa confusão com ou sem intenção de causar dano; (2) falso,

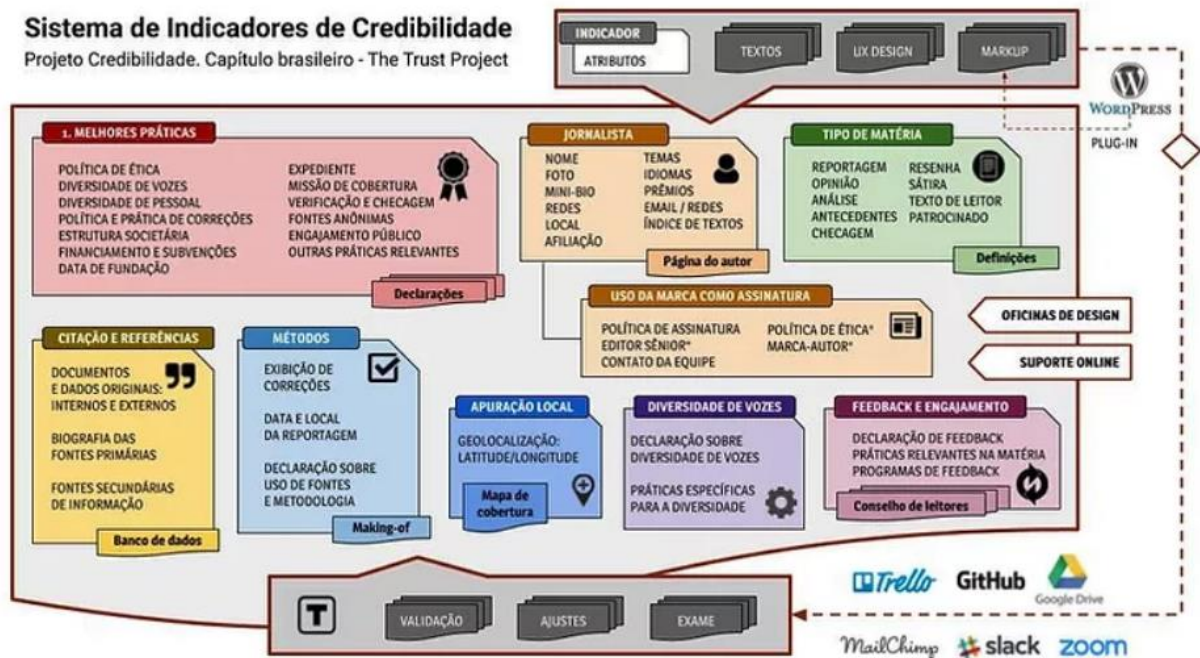
trata-se de um conteúdo manipulado ou inventado que seja disseminado massivamente, (3) sátira, devem servir apenas para o humor, mas têm seu conteúdo verificado quando o seu sentido é tomado como verdadeiro; Por fim, (4) comprovado, se refere ao conteúdo que teve sua veracidade confirmada. (PROJETO COMPROVA, 2022)

4.1.1.2 Projeto Credibilidade

O Projeto Credibilidade, desde de dezembro de 2016, trata-se de uma parceria entre o Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo) e o PPGMiT (Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia), da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Em maio de 2021, se fundiu com o The Trust Project (TTP), ganhando força no cenário mundial. O projeto é financiado pelo Google News Initiative e é parceiro institucional do Abraji, a partir de 2019 se tornou uma organização independente, tem como objetivo dar mais credibilidade à imprensa com elaboração de padrões de transparência. (PROJETO CREDIBILIDADE, 2022)

A criação dos indicadores de credibilidade se fundamenta em critérios com base no que o leitor, espectador ou ouvinte precisa para se sentir seguro ao ler determinado conteúdo, ou seja, a questão fundamental é compreender quais os dados e informações essenciais que determinada rede de notícias deve disponibilizar para a compreensão e garantia de veracidade daquele conteúdo. Para tanto, o projeto desenvolveu um sistema padronizado que funciona como um guia para os editoriais, pautado no que as pessoas consideram importante, por meio de entrevistas, em uma notícia. (PROJETO CREDIBILIDADE, 2022)

O Sistema de Indicadores de Credibilidade possui oito requisitos: (1) melhores práticas, que avalia quais são os padrões utilizados por determinado canal de notícias, como por exemplo, informar quem financia aquele trabalho jornalístico, seus proprietários, patrocinadores, seus objetivos, os compromissos éticos, se é uma equipe diversificada, dentre outros; (2) apresentar qual a identificação e expertise do jornalista (autor/produzidor); (3) esclarecer sobre o tipo de matéria publicada, por meio do uso de etiquetas, que informam que aquele conteúdo se trata de uma notícia, análise, opinião, sátira ou um conteúdo patrocinado; (4) conter as fontes das informações no conteúdo publicado, apresentando as citações e referências; (5) informar como funcionou o processo de apuração da matéria; (6) mostrar qual a origem do conteúdo ou expertise local; (7) diversidade de vozes, preocupar-se em construir uma matéria com diversas vozes, grupos sociais; (8) *feedback* acionável, com o intuito de estimular e oportunizar o engajamento e colaboração do público. O projeto disponibiliza uma projeção esquemática de como funciona seu trabalho:



A marca ‘T’ é um indicador que pode ser usado facultativamente pelo veículo de comunicação, desde que ele respeite e adote adequadamente os oito critérios. Esse selo foi criado ao final de 2017, contudo, o Projeto Credibilidade (2022) alerta que não é seu objetivo principal, bem como, não significa uma garantia de certificação do veículo ou dos seus conteúdos publicados. O projeto endossa que seu escopo fundamental é “criar padrões de transparência a fim de tornar a imprensa mais confiável” (PROJETO CREDIBILIDADE, 2022, s.p), ainda que os veículos de comunicação sigam parcialmente o sistema do projeto.

Alguns dos veículos brasileiros que adotaram o Mínimo do Protocolo Viável (MPV) foram a Agência Lupa, Agência Mural, Folha de S.Paulo, Nexo Jornal, O Povo, Poder360, A Gazeta, Amazônia Real, GZH, Jornal do Commercio e Ponte Jornalismo (PROJETO CREDIBILIDADE, 2022). O projeto garante que os veículos assumam um compromisso ético com o público e que publiquem jornalismo original, baseado em fatos. Para integrar ao projeto é necessário responder a um questionário disponibilizado e preencher os requisitos estabelecidos pelo Projeto Credibilidade.

Quanto aos parceiros tecnológicos externos do projeto estão o Google, Facebook, Bing e o Twitter, pois são redes que tratam da disseminação de notícias falsas e podem usar dos indicadores de credibilidade para auxiliar os usuários no acesso das páginas e perfis de conteúdos credíveis. O Projeto Credibilidade (2022) permite ao usuário cadastrar-se, por e-mail, em seu site para que este possa entrar em contato e ter acesso às edições mais recentes

do projeto, que informam as novidades ao público quanto às melhorias nos critérios de credibilidade.

Contudo, o processo de construção do sistema de indicadores de credibilidade, a qual explica detalhadamente o funcionamento dos protocolos, apenas está disponibilizado em inglês, até a data de publicação desta pesquisa, e não é de fácil compreensão para o público leigo (THE TRUST PROJECT, 2022ab). Porém, o manual de credibilidade está disponível em língua portuguesa e linguagem acessível ao público leigo, utiliza-se de imagens e exemplos para, de forma didática, explicar o desenvolvimento dos oito critérios (THE TRUST PROJECT, 2022c):



3. Tipo de trabalho: o que é isso?

Etiquetas para distinguir opinião, análise, humor e publicidade (conteúdo patrocinado) de reportagens noticiosas



Fonte: THE TRUST PROJECT (2022c)

No manual, o Projeto Credibilidade evidencia quais as diretrizes que devem ser seguidas, as recomendações necessárias e dão exemplos para tornar ainda mais acessível a compreensão do usuário e do veículo de comunicação que esteja em busca de aprimorar seu trabalho e aprimorar a credibilidade do seu jornalismo. Como foi o caso do veículo de comunicação Washington Post que adotou o critério de etiquetagem do conteúdo melhorando sua atividade jornalística. (PROJETO CREDIBILIDADE, 2022)

4.1.1.3 Lupa

Lupa é a primeira agência de *Fact-Checking* (checagem de fatos) do Brasil, fundada em 2015, até os dias atuais já expandiu sua atividade para educação midiática também, com o escopo de ensinar técnicas de verificação da informação e os riscos da desinformação. A agência atua no combate de desinformações em diversas áreas tais como política, com atenção especial nos anos eleitorais, economia, educação, saúde dentre outros. O resultado da checagem de conteúdo, de texto, vídeo e imagens, é vendido para outros veículos de comunicação, nos seus diversos formatos – jornais, televisivo, canais da internet, revistas, rádio -, bem como, publicado nos canais da agência. (REVISTA PIAUÍ, 2021)

A agência é registrada na Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro, como Sociedade Anônima, em seu site informa endereço e formas de contato, também faz parte da International Fact-Checking Network (IFCN), possuindo o selo verde que qualifica a agência como membro verificado, passando por auditorias internacionais e independentes anualmente, assim como, é responsável por seguir o código de conduta e princípios éticos da instituição, os funcionários estão sujeitos a assinar um termo de compromisso, e um dos princípios mais importantes é o apartidarismo. (REVISTA PIAUÍ, 2021)

Em 2017, criou o ‘LupaEducação’ ensinando e capacitando estudantes na área de checagem de fatos, ao todo capacitou mais de 7 mil pessoas no Brasil, Portugal, Espanha e países da África. Também capacitou servidores públicos na área eleitoral para combater a desinformação com o projeto ‘Democracia Digital’. Em 2018, verificou as declarações dos candidatos nas eleições. Em 2019, passou a integrar o The Trust Project, em 2020, iniciaram projetos para o monitoramento de desinformação durante a crise sanitária do COVID-19. (REVISTA PIAUÍ, 2021)

Atualmente, a Lupa tem 30 colaboradores que tornam o trabalho da agência possível, a partir de 2019, 40% da sua receita anual era proveniente do projeto LupaEducação, com os cursos técnicos aos estudantes, o programa Democracia Digital para especialização de servidores públicos, e o FactCheckLab. Seu material de verificação também é comercializado com empresas como a Folha de S.Paulo, UOL, Yahoo!, Terra, rádio CBN, portal Metrôpoles, Facebook entre outros. Já obteve parcerias com o Google News Initiative, International Fact-Checking Network, Fundação Henrich Boll, Facebook Journalist Project, Membership Puzzle Project, entre outros. (REVISTA PIAUÍ, 2021)

A Editora Alvinegra, empresa para publicação na revista Piauí, ajudou no financiamento da Agência Lupa de 2015 a 2018, com repasses mensais, como resultado a

agência publica seus conteúdos verificados no seu site que fica hospedado no canal da revista Piauí, apesar de não haver mais uma relação entre a editora, a revista e a agência Lupa, esta optou por continuar com a publicação dos fatos checados no referido site. (REVISTA PIAUÍ, 2021)

A agência informa os totais faturados anualmente desde 2016 e qual a distribuição do financiamento. O conteúdo do site é acessível, didático e está em português, bem como, é aberto a fiscalização e crítica do público, com a disponibilização de seus contatos. Quanto a metodologia aplicada, trata-se de um processo de verificação de fatos que inicia-se com a seleção dos conteúdos com maior prioridade e que possam ser verificados, tais como discursos de políticos, famosos, líderes sociais, notícias em jornais, revistas, televisão, rádio e internet, esses conteúdos são selecionados com base na popularidade, interesse público e relevância de quem o dissemina. A agência ressalta que não verifica opiniões, não faz previsões futurísticas e, também, não analisa tendências e conceitos amplos. (REVISTA PIAUÍ, 2021)

A partir de maio de 2018, expandiu seu trabalho para a verificação de conteúdo em fontes não oficiais. Os jornalistas da Lupa verificam a informação com base em dados estatísticos, históricos, livros, revistas, sites, órgãos públicos, caso isso seja insuficiente para a verificação, os jornalistas recorrem às Leis de Acesso à Informação (LAI), como também, as assessorias de imprensa, podendo até mesmo tirar as provas fisicamente com equipamentos fotográficos, de vídeo e áudio.(REVISTA PIAUÍ, 2021)

O resultado final da verificação é uma publicação com etiquetagem acerca do conteúdo, pela qual o leitor será informado do contexto e das fontes necessárias para confirmar a veracidade da checagem. As etiquetas sobre o conteúdo são classificadas em: (1) ‘Verdadeiro’, quando a informação checada é verídica; (2) ‘Verdadeiro, mas’, o conteúdo é correto, porém o falta apresentar mais explicações ao receptor; (3) ‘Ainda é cedo para dizer’, há probabilidade do conteúdo ser verdadeiro, mas ainda não está confirmada sua veracidade ; (4) ‘Exagerado’, a informação está correta, entretanto possui exageros; (5) ‘Contraditório’, a mesma fonte publica conteúdos contraditórios; (6) ‘Subestimado’, os dados que o conteúdo publicado apresenta são mais graves que a informação; (7) ‘Insustentável’, não há fontes confiáveis capazes de comprovar o conteúdo verificado; (8) ‘Falso’, a informação checada é falsa; (9) ‘De olho’, conteúdo suspeito que está em monitoramento (REVISTA PIAUÍ, 2021)

4.1.1.4 Agência Pública

A Agência Pública foi fundada em 2011 e é a primeira agência de jornalismo investigativo, sem fins lucrativos, do Brasil, tem como escopo a promoção dos direitos humanos, o combate à desinformação e dar vozes aos diferentes grupos sociais. Trata-se de um trabalho independente e credível, financiado por meio de doações, que quaisquer pessoas e instituições podem fazer pelo site da agência tornando-se um ‘aliado’, atualmente, a agência tem um apoio de mais de 1.500 aliados que doam, mensalmente, a partir de 10 reais. A agência possui o selo verde da International Fact-Checking Network (IFCN), desde de março de 2017. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2022)

O site da agência é didático e está em língua portuguesa, bem como, é divulgado o resultado de suas verificações, metodologia e possibilita o contato e contestação dos leitores. Os conteúdos investigados pela Agência Pública (2022) são selecionados com base na sua relevância para o interesse do público, as verificações focam nos atos e condutas da administração pública, em todos os níveis do governo, as casas legislativas, o funcionamento do Poder Judiciário, também, se verifica empresas, para averiguar os danos causados ao meio ambiente e a sociedade, bem como, se há corrupção ou medidas não transparentes, por fim, se houve violência contra grupos minoritários.

Ademais, a agência promove cursos de aconselhamento a jornalistas, eventos para discutir e aprimorar a qualidade do jornalismo, além de se debater novos projetos, oferece microbolsas de reportagem. Um dos projetos que merece destaque da agência é o ‘Truco’ que tinha como escopo a checagem de fatos, durante o período entre 2014 e 2018, de informações na área da política, a fim de alertar os eleitores acerca das desinformações propagadas nas redes sociais. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2022)

A referida agência de checagem de fatos analisa as postagens de diversas autoridades do debate político, a fim de garantir uma equidade na fiscalização de ambos os lados e afiliações. Seleciona as declarações de relevância pública e que tenham dados suficientes para a verificação, além de entrar em contato com o autor do conteúdo publicado, solicitando a fonte ou retificação, após a verificação e pesquisa às fontes seguras, a agência atribui uma etiqueta ao conteúdo. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2022)

As classificações, atualmente, dos conteúdos são: (1) ‘Verdadeiro’, a partir da análise de fontes credíveis e seguras é possível certificar a veracidade do conteúdo; (2) ‘Sem contexto’, quando o conteúdo é correto mas foi retirado do contexto causando interpretação errônea; (3) ‘Discutível’, o sentido da afirmação varia a depender da metodologia de

verificação adotada; (4) ‘Exagerado’, o conteúdo contém dados inflados, assertivas superdimensionadas sobre algum fato ou tendência verdadeira; (5) ‘Subestimado’, o conteúdo contém dados subdimensionados, assertivas minimizadas sobre algum fato ou tendência verdadeira; (6) ‘Impossível provar’, até o momento da checagem não haviam dados suficientes para que fosse possível verificar ou confirmar a informação; (7) ‘Falso’, com base na análise de fontes credíveis e seguras se verifica que aquele conteúdo checado é falso, contrariando a realidade dos fatos. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2022)

4.1.2 *Detecção por tecnologia algorítmica*

Como os especialistas das agências de checagem não conseguem verificar o grande volume de desinformação e, principalmente, devido a alta velocidade em que estas se espalham na internet, é necessário o auxílio tecnológico para facilitar e aprimorar o trabalho dos ‘checadores’. O uso de tecnologia algorítmica possibilita apontar quais são os conteúdos em rede mais tendenciosos à falsidade, funcionando como um filtro que pode acelerar na busca das desinformações mais perigosas e urgentes. Contudo, como será mostrado o desenvolvimento de tal ferramenta é muito complexo, sua eficácia varia conforme a qualidade e volume do banco de dados extraídos e analisados para o funcionamento da técnica, o tipo de mídia digital que a desinformação circula, o assunto e formatação do conteúdo.

4.1.2.1 *Estudo de técnicas avançadas*

Mesmo com o uso de aprendizagem de máquina (*machine learning*), ainda é um desafio detectar *fake news* e acompanhar sua produção massiva e veloz (WEBWISE.IE, 2018). A popularidade da desinformação ocorre por diversos fatores. Primeiramente, seu formato é para atrair o receptor de modo que endosse suas ideologias e opiniões sem deixar espaço para o pensamento crítico, além do seu mercado que movimenta hackers⁴⁹ em prol de modelar a política, negócios e teorias da conspiração em diversos âmbitos.

As *fake news* podem ser divididas em dois tipos de base de dados: (1) visuais, que incluem a manipulação de imagens e vídeos, como o uso de *photoshopped* ou as *deep fakes* e (2) linguísticos, que utilizam determinada linguagem e gramática, por exemplo, expressões sensacionalistas, para convencer o usuário. (PARIKH; ATREY, 2018)

⁴⁹ Um filme que bem ilustra esse mercado é o ‘Rede de ódio’. (REDE..., 2020)

Há características essenciais para a identificação das *fake news*, pela tecnologia, delimitadas em linguísticas e não-linguísticas. A primeira se relaciona: (1) aos dados de representação, o conjunto de palavras do conteúdo, analisando-se a frequência com que determinada palavra aparece sem, contudo, captar o contexto da informação (CONROY; RUBIN; CHEN, 2016); (2) expressões psicolinguísticas, que permitem dizer o tom da linguagem, por exemplo, emoções positivas; (3) legibilidade, onde avalia-se diversas características do conteúdo, número de caracteres, palavras complexas, tipos de palavras; (4) análise do discurso, avaliando as diferenças entre as relações retóricas honestas e desonestas; (5) análise da sintaxe, para captar os enganos do conteúdo; e (6), por fim, análise da semântica, buscando detectar as contradições do material postado. (PARIKH; ATREY, 2018; CONROY; RUBIN; CHEN, 2016)

As características não-linguísticas são delimitadas por informações (1) visuais, que avaliam o tipo da imagem e do vídeo; (2) vinculação de dados, cujo desafio é montar uma base de dados e classificá-los para seu uso na verificação de novos conteúdos com algum vínculo a classificações anteriores; (7) análise do sentimento empregado no conteúdo, uma vez que, geralmente, a desinformação é relacionada a emoções negativas e exageradas para atrair os leitores; (8) avaliação do contexto social, para verificar a propagação das *fake news*, com base na análise do (a) perfil do usuário com o intuito de certificar-se de que não é um robô e com quais tipos de grupo aquele perfil interage; (b) dos posts, a fim de avaliar as variadas reações (comentários, emoticons e curtidas) àquela postagem; (c) da rede da plataforma, estudando as relações sociais criadas pelos usuários na plataforma, a partir de seus interesses comuns, seus seguidores e seguidos. Esse último estudo é importante já que a desinformação é justamente propagada nos grupos com o escopo de manter os usuários em suas bolhas de filtro. (CONROY; RUBIN; CHEN, 2016; SHU et al., 2017)

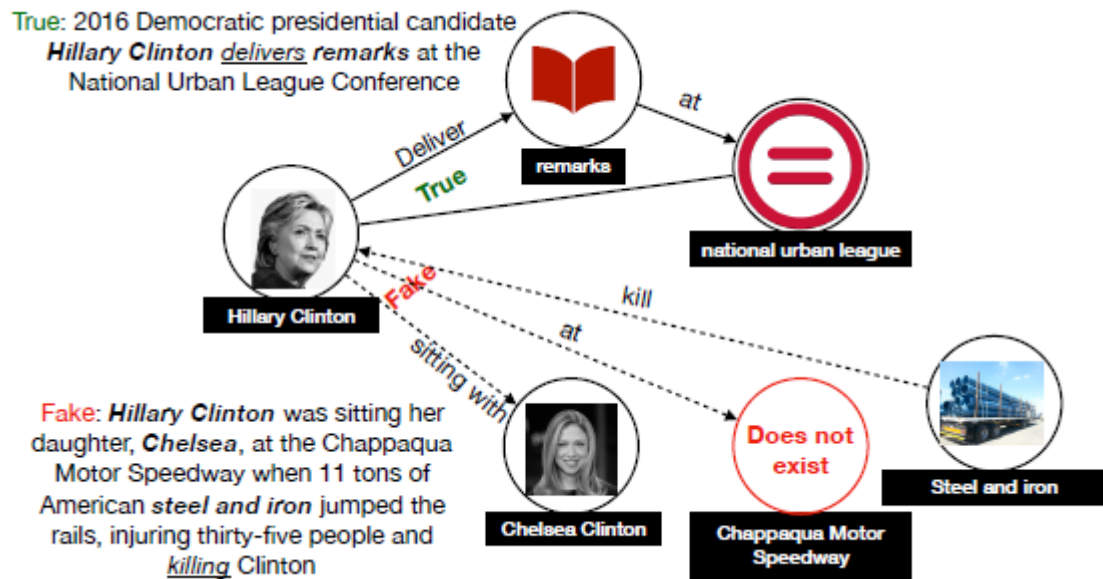
Criar máquinas que possam detectar e correlacionar todas essas características acima não é um processo simples e acarreta diversas complicações, as quais serão evidenciadas com alguns exemplos a seguir, com destaque às ferramentas WhatsApp Monitor e a Pegabot. Ademais, após desmascarar a mentira, não significa que seus impactados serão solucionados a tempo, levando em conta que, a verdade não tem o mesmo alcance, velocidade e atratividade que uma *fake news*. Os cientistas do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) descobriram que, na plataforma do Twitter, as *fake news* são 70% mais retuitadas e isso ocorre de 10 a 20 vezes mais rápido que a propagação das histórias verdadeiras, as quais necessitam de cerca de seis vezes mais publicações que um conteúdo enganoso para alcançar 1.500 usuários. Além disso, conforme indicado por esse estudo, o que acelera a propagação da

desinformação são os *retweets* das pessoas e não a divulgação das notícias falsas pelos robôs. (DIZIKES, 2018).

Kun Wu, Xu Yuan e Yue Ning (2021) apontam duas grandes limitações dos métodos computacionais de detecção das *fake news*: (1) aqueles que detectam *fake news* pela semântica do texto enganoso, comparando-a com a do original, se limitam à estrutura linguística do texto, o que pode ocasionar erro quanto às características baseadas no conjunto de palavras, bem como as baseadas em interpretar a *fake news*; (2) Outro problema é o método de detecção por tecnologia, que não dá a devida importância aos contextos que potencialmente relacionados às *fakes news*.

Com o escopo de superar essas limitações e melhorar a detecção de desinformação, os autores desenvolvem um método que, além de identificar as *fake News*, também explica quais as informações a ela relacionadas. Segundo os autores, é fundamental que se identifique as entidades atreladas as *fake news*, como nomes de figuras públicas, organizações e lugares. O programa desenvolvido compreende *fake news* como uma falsa informação atrelada a figuras públicas, organizações, discursos e declarações. Sua predição do conteúdo falso apenas ocorre em conformidade com a base de dados no sistema, sem incluir dados externos. (WU; YUAN; NING, 2021)

Os especialistas afirmam que a diferença de uma notícia falsa para uma notícia verdadeira é as entidades citadas. Ou seja, com o que elas foram ligadas e como elas se relacionam a depender da ação utilizada. A base de dados se fundamenta na coleta e classificação dos conteúdos que ligam determinada entidade a uma conjuntura, pois as mesmas podem aparecer em notícias diversas, e o que vai determinar sua veracidade é o contexto. Por exemplo, uma notícia que aborda a entidade-sujeito Hillary Clinton e a relaciona à entidade-objeto Aço e Ferro, pela ação-verbo de matar, não merece credibilidade, pois essa associação, de acordo com a base de dados, aparece em *fake news*. Por outro lado, quando a mesma entidade-sujeito é relacionada pela ação-verbo de comentar à entidade-objeto Conferência da Liga Urbana Nacional, essa notícia tem maiores probabilidades de ser verdadeira (WU; YUAN; NING, 2021). Referida análise pode ser demonstrada no gráfico abaixo:



Fonte: WU; YUAN; NING (2021)

Esse sistema é denominado de KGF (Knowledge Graph of Fake news), que se trata de um gráfico de conhecimento criado para detecção de *fake news*, com o escopo de prever, a partir das relações entre as entidades extraídas do referido gráfico, se o conteúdo é falso (WU; YUAN; NING, 2021). Isso é um avanço ao passo que o sistema consegue compreender o contexto do conteúdo verificado, aumentando a acurácia no programa de detecção de *fake news*.

Uma proposta ainda em modo experimental é a plataforma 'www.fakenewsbr.com', criada por pesquisadores do Instituto de Ciências Matemáticas de São Carlos da Universidade de São Paulo (USP). A iniciativa utiliza inteligência artificial para analisar apenas conteúdos de textos completos publicados em sites, pois ainda não é capaz de abranger as publicações em redes sociais ou aplicativos de mensagens instantâneas, tais como o WhatsApp. Conforme os testes, que levaram como base de dados 100 mil textos para encontrar padrões linguísticos, como vocabulários e sintaxe, que frequentemente aparecem em *fake news*, os resultados indicam que a plataforma criada consegue identificar os conteúdos falsos com 96% de acurácia. (BBC, 2022)

O projeto busca auxiliar no combate às *fake news* quanto aos assuntos da pandemia do COVID-19 e as eleições brasileiras previstas para outubro de 2022. Contudo, os pesquisadores pontuam que serão necessários novos testes para incluir novas construções de frases e vocabulários, diante das adaptações recorrentes que ocorrem nas estruturas das *fake news* para burlar a detecção. Ademais, para evitar invasões de hackers é fundamental transferir os dados da plataforma para um servidor de internet com maior segurança. Como o

acesso ao site, é permitido a qualquer pessoa, os próprios agentes responsáveis pela fabricação e publicação da *fake news* poderão conferir se seu conteúdo passará na detecção da plataforma. Por fim, um dos coordenadores da iniciativa, Francisco Louzada, garante que esse tipo de plataforma não substitui o trabalho das agências de checagem de fato, somando apenas como mais uma ferramenta para auxiliar no combate à desinformação. (BBC, 2022)

O Twitter desenvolveu o ‘botão anti-fake’ em sua plataforma, ainda em fase de testes no Brasil, devido a chegada das eleições do final de 2022, para que os usuários denunciem os conteúdos falsos da rede social, e informou que antes de ser aplicada qualquer sanção, como a remoção, será feita uma avaliação por humanos juntamente com a inteligência artificial. Essa novidade preocupa alguns especialistas como Diogo Rais, membro da Abradep (Academia de Direito Eleitoral e Político), pois os candidatos adversários podem angariar um grande número de denúncias contra um *post* do oponente para que este seja removido, bem como a máquina pode não compreender dialetos locais e errar na classificação do conteúdo. Além disso, ainda não há provas de que esse instrumento é de fato eficaz. Por outro lado, há pesquisadores, como Danyelle Galvão e Renato Ribeiro, com perspectivas positivas sobre o instrumento, desde que, antes de aplicada qualquer medida, seja feita uma checagem segura no conteúdo denunciado. Contudo, o Twitter, até o momento, não informou especificamente quais são os critérios objetivos para identificar uma desinformação. A plataforma apenas declarou que esses critérios são flexíveis conforme se descobre os padrões nas *fake news* e ressaltou que o número de denúncias não é um critério, mas sim o conteúdo que viola a política da rede social, como também assegura que, após a análise da inteligência artificial e humana, o conteúdo será novamente revisado por pessoas antes que qualquer sanção seja aplicada. (MARQUES, 2022)

Segundo o engenheiro da computação, Leandro Nunes de Castro (2020), a melhor alternativa contra as *fake news* é o uso da tecnologia, tendo em vista que essas são fruto do mau uso das ferramentas tecnológicas. Acredita o autor que, em um curto prazo de tempo, com os avanços dessas ferramentas anti *fake news*, já haverá algoritmos eficazes e rápidos na identificação de conteúdo falso propagado na internet. Por fim, compara-se a situação com o problema que eram os *spams*, na década de 1990, pois se tratavam de e-mails não solicitados pelo usuário que tentavam obter informações sigilosas ou infectar o computador com algum vírus. Entretanto, tecnologias anti *spam* mais sofisticadas foram desenvolvidas e, atualmente, a filtragem dos *spams* dentre os e-mails solicitados é mais segura e acurada.

A seguir o presente trabalho analisa algumas das técnicas mais avançadas, no âmbito tecnológico, para combater as *fake news* no contexto brasileiro

4.1.2.2 WhatsApp Monitor

O cientista da computação Júlio César Soares dos Reis (2020) apresenta em sua Tese de Doutorado as propriedades, limitações e aplicações de soluções automatizadas para detecção de *fake news* como uma forma de auxiliar e agilizar o trabalho do profissional da checagem de conteúdo nas redes de mídia digital. O sistema desenvolvido denomina-se WhatsApp Monitor (Monitor de WhatsApp)⁵⁰, um programa indicador dos conteúdos que têm maior probabilidade de serem falsos e que mais importam ser checados. Referido sistema já é usado por jornalistas e agências de checagem de fatos, como o Projeto Comprova e a First Draft, em projeto colaborativo. Sua utilização já está prevista para as eleições de 2022 por meio do projeto de pesquisa Eleições Sem Fake⁵¹.

O trabalho coletou dados de mais de 400 grupos públicos, que discutiam sobre política no aplicativo de WhatsApp, no intervalo de tempo de agosto a novembro de 2018. De acordo com a averiguação da Tese de Júlio César Soares dos Reis, a plataforma WhatsApp foi foco para a disseminação de *fake news* nas eleições presidenciais brasileiras de 2018. Além disso, o foco é avaliar as mensagens disseminadas por imagens, pois é o formato mais frequente de conteúdo nas redes sociais (RESENDE *et al*, 2019), e, por serem mais difíceis de manipular, viralizam sem sofrer modificações, diferentes das mensagens textuais. Ao todo se recolheu mais de 4,5 mil diferentes imagens compartilhadas entre mais de 17 mil usuários. (REIS, 2020)

O WhatsApp Monitor possui algumas limitações e complexidades. Primeiramente, os pesquisadores não têm acesso a todos os grupos do aplicativo para apresentar uma análise mais real da dimensão do problema, limitada apenas aos grupos públicos. Ademais, é muito difícil retirar dados de um aplicativo de mensagens com criptografia de ponta. Quanto às complexidades da detecção e julgamento do conteúdo, essas se dão por diversos motivos, desde o formato do conteúdo, como notícias, imagens, rumores, frases, aos diferentes cenários, como eleições, guerras e saúde, e isso pode afetar a acurácia do sistema. Atesta o trabalho que a detecção de *fake news* no contexto da saúde não obteve o mesmo êxito como no cenário eleitoral, por exemplo. Neste último, o experimento obteve ganhos de até 27% em termos de precisão, reduzindo em até 40% o trabalho necessário para conseguir identificar

⁵⁰ Disponível em: <http://www.whatsapp-monitor.dcc.ufmg.br/>

⁵¹ Eleições Sem Fake é um projeto de Pesquisa que envolve pesquisadores de Universidades Brasileiras e Internacionais. Com conhecimento nas mais diversas áreas, os pesquisadores têm como objetivo principal trazer transparência na disseminação de conteúdo, seja orgânico ou através de anúncios em redes sociais. Departamento Ciência Da Computação UFMG. Disponível em: <https://www.eleicoessemfake.dcc.ufmg.br/>

80% das *fake news*, o que aprimorou os mecanismos utilizados pelas agências de fatos, principalmente, quanto à seleção das imagens a serem verificadas com base no ranking de popularidade. (REIS, 2020)

Além de detectar os conteúdos mais populares, os mais compartilhados, o experimento também concluiu que durante as eleições brasileiras de 2018, os grupos públicos de eleitorado da direita eram os mais ativos na disseminação de *fake news* (REIS, 2020). Outras pesquisas também apontam maior disseminação de desinformação pelos grupos eleitorais de direita (BUCCI, 2019). Ademais, outra informação importante que a pesquisa evidencia é a possibilidade de identificar grupos que intencionalmente disseminam massivamente *fake news*, pois ainda que, no WhatsApp, os conteúdos compartilhados não tenham um URL associado, o WhatsApp Monitor consegue captar o primeiro grupo em que a *fake news* foi publicada. (REIS, 2020)

A extração de dados para análise e classificação de *fake news* é bem complexo, pois é um processo que depende do conteúdo, da fonte e do ambiente. Quanto às características de conteúdo, estas envolvem manchetes associadas a imagens e textos, e podem ser divididas na análise da (1) propriedade das imagens; (2) a estrutura da linguagem, como a sintaxe; (3) características léxicas, que observam a repetição de determinada palavra ou termo; (4) sinais psicolinguísticos, palavras categorizadas em grupos com significados psicológicos, por exemplo, a palavra ‘chorou’ é classificada na emoção ‘tristeza’, palavras como igreja e altar são classificadas na categoria ‘religião’; (5) estrutura semântica, importante para determinar a categoria e o tópico do conteúdo, tais como esporte, eleições, saúde, e quantificar a toxicidade do conteúdo; (6) sinais de subjetividade, que analisam a polaridade do conteúdo, avaliando a popularidade e dinâmica dos comentários. (REIS, 2020)

Para alcançar a fonte, o fabricante do conteúdo, é necessário primeiramente buscar (1) o domínio, como o URL associado ao conteúdo, o que possibilita rastrear o endereço de IP, como no caso do WhatsApp não há URL, tenta-se captar o primeiro grupo que publicou a *fake news*; (2) a credibilidade (popularidade) e fiabilidade, para confirmação da veracidade, pois há domínios não confiáveis que se disfarçam de domínios semelhantes aos dos famosos e mais credíveis; (3) os sinais de polarização e preconceitos, para analisar o enviesamento político, por exemplo, de determinado grupo de WhatsApp, página de notícia na rede, e outros. (REIS, 2020)

Por fim, quanto às características de ambiente, é levado em consideração: (1) o engajamento, calculando-se o número de usuários distintos que compartilharam o mesmo conteúdo no WhatsApp, o número de grupos distintos em que o conteúdo foi compartilhado e

quantas vezes esse foi compartilhado; (2) a dinâmica da propagação, que trata das informações divulgadas na Web; e (3) os padrões de envolvimento temporal, que busca determinar a quantidade de comentários e outras ações que ocorrem durante determinado intervalo de tempo. (REIS, 2020)

Todas essas características são fundamentais para a detecção de *fake news*, principalmente, as características de conteúdo, se tratando de aspectos semânticos, pois muitas vezes, ele é rotulado como falso apenas por estar fora do contexto, porém a informação era verdadeira. (REIS, 2020)

Segundo Júlio César S. dos Reis (2020), não há uma única solução capaz de identificar todas as formas de *fake news*, devido a complexibilidade do problema, por isso é importante explicar o processo de detecção e previsão de uma desinformação, permitindo que os profissionais de checagem de fatos compreendam as decisões do modelo adotado e possam auxiliar no aprimoramento da máquina.

Este processo de extração, análise e classificação dos dados pode ser sintetizado na imagem abaixo:

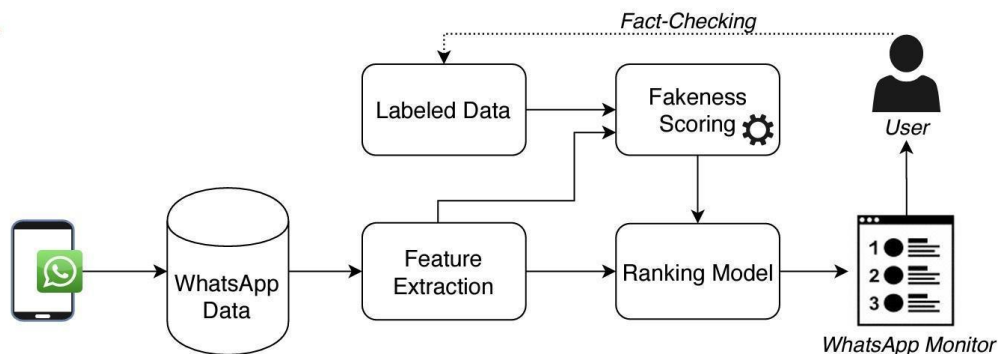


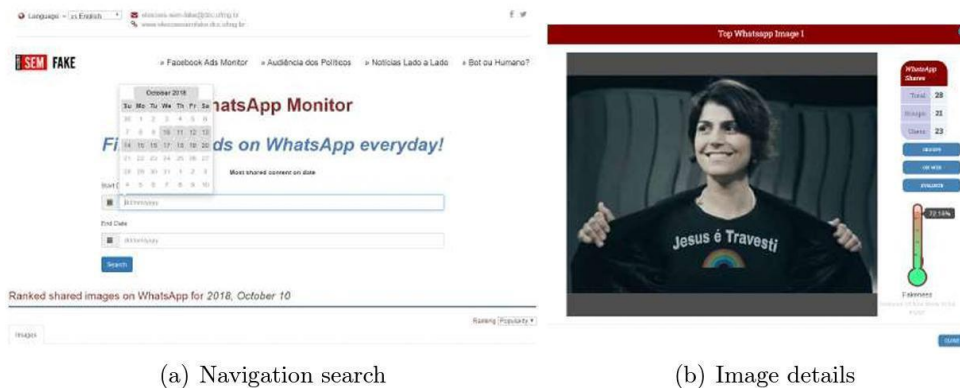
Figure 7.1: Architecture of the proposed tool for ranking WhatsApp content w.r.t. fakeness scores.

Fonte: REIS (2020)

Primeiramente, utilizou-se conteúdos já verificados e rotulados (*labeled data*), que foram compartilhados no WhatsApp durante as eleições brasileiras de 2018, para construir o modelo de pontuação de falsidade (*fakeness scoring*). Ainda, para alimentar e treinar o aprendizado dessa máquina, explorou-se a extração de características (*feature extraction*) com base no conteúdo, fonte e ambiente. As características extraídas são utilizadas para análise da falsidade de novos materiais extraídos do aplicativo em questão e, em seguida, para sua classificação (*ranking model*). A classificação dos conteúdos é disponibilizada no WhatsApp

Monitor para que os usuários especialistas possam utilizá-lo, como também, para que aprimorem a ferramenta, incluindo novos fatos verificados (rotulados). (REIS, 2020)

O sistema fornece informações quanto às notícias, em formato de imagem, sobre assuntos políticos mais populares compartilhados nos grupos públicos, bem como a probabilidade da falsidade daquele conteúdo:



Fonte: REIS (2020)

Ao clicar em ‘detalhes’ da imagem, o profissional de checagem de fatos tem acesso às ações que aquele conteúdo sofreu e aos grupos que a imagem apareceu. Isso permite que o profissional entenda o contexto ao qual aquele conteúdo foi direcionado. Em todo o caso, a privacidade dos usuários do WhatsApp é protegida, não se divulga os números de telefone, por exemplo, e se recolhe dados apenas de grupos públicos, o que não viola os termos e condições do WhatsApp. Ademais, o acesso ao WhatsApp Monitor é limitado por uma conta com login. (REIS, 2020)

No Brasil, o WhatsApp é a plataforma de mensageria privada mais utilizada, o que varia de país para país. Nos EUA, por exemplo, a disseminação de *fake news*, nas eleições de 2016, se deu mais pela plataforma do Facebook, o que já teve seu impacto dirimido nas eleições presidenciais de 2020. Encontrar qual ou quais são as plataformas mais utilizadas para proliferação de desinformação é fundamental na construção de uma estratégia de combate às *fake news* mais eficiente.

Apesar do WhatsApp Monitor ser uma iniciativa promissora, é apenas acessível aos checadores de fatos e outros especialistas da área. Ademais, o site desse programa não tem todos os seus itens e entradas disponíveis em língua portuguesa. Como o objetivo do projeto é auxiliar o trabalho das agências de checagem, a eficácia de seu resultado fica limitada à forma de divulgação dessas agências, o que, conseqüentemente, restringe o alcance do conteúdo

verificado. Isso ocorre, pois a *fake news* desvendada deve ser direcionada aos grupos em que se propagou. Os usuários que geralmente a recebem ou compartilham, no entanto, não procuram acessar as mídias mais credíveis e seguras de informações, então não é certo que este usuário estará consciente da verificação feita pelas agências de checagem de fatos divulgadas em suas plataformas ou as de parceiros.

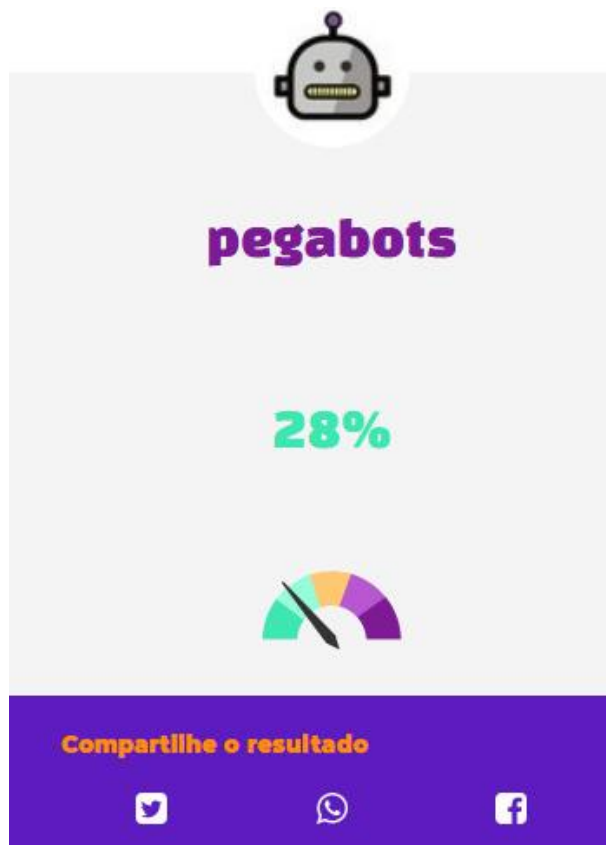
Como será visto no subcapítulo 3.2, algumas soluções possíveis seriam o uso de banners de avisos, ou seja, rotular aquele conteúdo com a informação verídica, ou indicando que se trata de uma desinformação. Dessa forma, o usuário que recebesse esse tipo de conteúdo ficaria em estado de alerta e esse é um mecanismo que não viola a privacidade das pessoas, como rastreamento das mensagens compartilhadas, pois se liga ao conteúdo em si e não aos responsáveis pela propagação. O rótulo de conteúdo deve ser feito com muita acurácia, por isso, importa se atentar à imparcialidade de quem o faz, pois, em caso de erros sucessivos, o mecanismo perderia sua credibilidade.

Outra solução, que será analisada no referido subcapítulo, é o bloqueio de perfis que disseminam *fake news*, mas voltado para plataformas como o Facebook. No WhatsApp, não se trata de perfis e sim de grupos públicos e privados. Neste caso, é necessário repensar como a medida seria aplicada para não violar o direito de acesso à informação e liberdade de expressão dos usuários participantes do grupo, que apenas recebem o conteúdo viciado. Entretanto, a depender da quantidade de *fake news* disseminada, é importante bloqueá-lo para conter o risco de desinformação a que os usuários estão sendo expostos.

4.1.2.3 PegaBot

O Pegabot é uma plataforma brasileira, acessível em português, lançada em março de 2018. O projeto foi desenvolvido pelo Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio) e o Instituto Equidade & Tecnologia, financiado pela União Europeia, e sua versão em espanhol é financiada pelo National Democratic Institute (NDI). O objetivo da iniciativa é dirimir os danos causados pelos *bots* (robôs), contas automatizadas, não humanas, usados para disseminação automática de desinformação na rede social Twitter. (PEGABOT, 2022)

Qualquer pessoa pode acessar o sistema Pegabot acessando o site da plataforma. Na página inicial, o usuário pode inserir um perfil do Twitter e verificar qual a probabilidade de ele ser um *bot*:



Fonte: PEGABOT (2022)

Quanto maior a porcentagem, maior a coloração roxa. Isso significa que o perfil do Twitter sob análise tem maiores probabilidades de ser um robô devido ao seu comportamento. Quando parte do comportamento do perfil se assemelha ao de um robô, por exemplo, pouca frequência de uso e ações repetitivas, a porcentagem reduz e apresenta coloração amarelada. Geralmente esse resultado ocorre com contas institucionais ou de empresas que já têm programado determinados comandos. Por fim, a coloração mais esverdeada significa que o perfil verificado tem as menores porcentagens de ser um robô, ou seja, trata-se de uma conta de um humano. (PEGABOT, 2022)

O Pegabot é uma ferramenta que busca se aprimorar e possibilita que as pessoas que o usem apontem críticas, contestações ou sugestões, bem como disponibiliza a metodologia utilizada para a verificação das contas de robôs, garantindo a imparcialidade do método. Além de mostrar a probabilidade de um perfil do Twitter ser um robô, o programa também explica quais características da conta foram analisadas para se chegar ao resultado. Tais características envolvem o nome, o número de caracteres, quantidade de seguidores e seguidos, texto na descrição do perfil, número de postagens, a sua linha histórica, e, por fim,

se seleciona os 100 *tweets* mais recentes publicados para verificar a neutralidade ou polarização do perfil. (PEGABOT, 2022)

Identificar contas automatizadas possibilita diminuir a credibilidade e, conseqüentemente, a popularidade de um perfil robô do Twitter que dissemina desinformação, de modo massivo e mais rápido, por ser uma máquina programada. Ademais, faz com que os usuários não percam tempo debatendo com um perfil que não tem direitos políticos, como votar e ser votado, tampouco a liberdade de expressão, pois não se trata de uma pessoa real.

A exemplo da importância desse trabalho, coligado às agências de checagem de fatos foi o caso da identificação pelo Pegabot, entre 26 de julho e 02 de agosto de 2021, de que 25% dos 5.499 perfis analisados do Twitter, que publicaram mensagens endossando o voto impresso, apresentavam altas probabilidades de serem robôs. Neste período, segundo a agência Lupa (REVISTA PIAUÍ, 2022), uma transmissão ao vivo, em 29 de julho, foi feita pelo presidente Jair Bolsonaro em que este defendia o voto impresso para garantir mais segurança e credibilidade às eleições, alegando ainda que houve fraude nas eleições de 2014 e 2018. Por fim, acusou o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) de tramar uma ação ilegal para eleger Dilma Rousseff, de modo que, futuramente, Bolsonaro não pudesse ser eleito. Ainda segundo a agência, todas essas alegações eram falsas, não possuíam provas, e ocorreram manifestações defendendo o voto impresso em cidades por todo o Brasil. Essa pauta chegou até mesmo a ser uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC) rejeitada. A tecnologia, neste caso, pelo uso de perfis robôs no Twitter, associada ao discurso populista, aumentou a popularidade de proposições que, além de falsas, colocam em risco a democracia.

4.2 Educação digital e midiática

A educação digital e midiática, também, denominada *media literacy*, é fundamental para o amadurecimento dos cidadãos, contudo, é uma medida que tem efeitos a longo prazo. No contexto brasileiro, o número de pessoas conectadas cresceu bastante. Segundo a pesquisa mais recente do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) em 2019, cerca de 82,7% dos domicílios teriam acesso à internet, além disso, o celular seria o principal meio de conexão à rede, encontrado em 99,5% das casas do país (IBGE, 2021). Esse dado reforça o cuidado que o cidadão deve ter no ambiente virtual que permeia cada dia mais o cotidiano do brasileiro.

Segundo as análises do constitucionalista José Adércio Leite Sampaio (2020) não há um consenso do que seriam os direitos de quarta geração, havendo defesas de que sejam direitos em prol da paz, do meio ambiente, da proteção indígena, da biotecnologia, democracia participativa, da igualdade de gênero e, por fim, o direito à comunicação ou direitos virtuais. Esses últimos, refletem também direitos a liberdade, igualdade e coletividade, com o propósito de oferecer a todos acesso aos meios eletrônicos de comunicação e informação, no âmbito econômico, jurídico e político, seja para garantir maior participação eleitoral, criação de bancos de dados, respeitada a privacidade, transmissão de ideias e vínculo a uma identidade digital, agregando ao direito da liberdade de expressão, bem como, para expandir o acesso à informação (SAMPAIO, 2020).

A pandemia, ocasionada pela COVID-19, evidenciou o quão fundamental é a tecnologia para o mercado de trabalho, a educação e o comércio, devido às medidas de segurança, como o distanciamento social. Conseqüentemente, o trabalho passou a ser *home office*, o ensino à distância, e a venda e compra de produtos ocorreu majoritariamente por plataformas de entrega em casa. Dada a presença e importância da internet, essa se tornou também uma forma de exercer a cidadania, ao possibilitar o compartilhamento de informações e a participação social. Apesar do crescimento ao seu acesso, uma parcela significativa da população brasileira, cerca de 45 milhões de brasileiros (IBGE, 2021), ainda vive desconectada digitalmente. Nesse caso, levando em consideração a porosidade da mídia, ou seja, que uma *fake news* pode permear vários meios de comunicação, além de computadores e celulares, como rádios, jornais e tvs, há uma grande dificuldade para aqueles que não tem acesso à internet em buscar por fontes credíveis de modo mais célere e prático.

Importante ressaltar que é o mau uso da tecnologia por atores populista, à exemplo das milícias digitais, termo que será explicado no próximo capítulo, o culpado pelo problema das *fake news* no âmbito eleitoral e democrático. A internet em si representa um avanço para a humanidade, principalmente, diante dos direitos ao acesso à informação, à liberdade de expressão e à participação plural. E isso deve ser preservado e protegido, para tanto se faz necessário combater a propagação massiva e intencional de desinformação nas redes, capacitando o cidadão para identificar os diversos tipos de *fake news*, a fim de garantir um voto livre de máculas e consciente.

Os checadores de fato da FactCheck, Eugene Kiely e Lori Robertson (2016), argumentam que o pensamento crítico e ferramentas de verificação de fatos são fundamentais no combate à desinformação. Para que o leitor se muna contra as *fake news*, os especialistas evidenciam 08 medidas essenciais: (1) verificar se o conteúdo vem de uma fonte confiável;

(2) fazer uma leitura completa, que vai além da manchete sensacionalista; (3) checar a credibilidade da autoria, por exemplo, se o nome e especialidade do autor são reais; (4) avaliar as citações que o conteúdo faz, pois podem ser baseadas em sites não credíveis; (5) checar a data da notícia, para evitar informações fora do contexto; (6) verificar se o conteúdo trata de uma piada, a fim de não levar a sério uma ironia, sátira ou paródia; (7) verificar o conteúdo, ainda que este confirme seus vieses, e buscar outros pontos de vistas; (8) por fim, consultar especialistas, conferindo o conteúdo viral em agências de checagem de fatos, por exemplo. (KIELY e ROBERTSON, 2016)

Os usuários capacitados em analisar a veracidade das informações compartilhadas em rede têm mais independência digital, senso crítico e são capazes de não acreditar facilmente em desinformações. Segundo Chris Tenove (2018), é dever tanto do setor público quanto do privado emancipar o cidadão digitalmente, não podendo essa obrigação ficar apenas a cargo do indivíduo. Para tanto, é fundamental que as plataformas de mídia e o governo se responsabilizem pela garantia de maior segurança na internet e protejam os usuários que estão vulneráveis às suas manipulações sofisticadas.

De acordo com Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017), deve-se investir em projetos que estimulem e viabilizem: (1) a alfabetização digital; (2) a verificação dos conteúdos nas mídias sociais; (3) o alerta da potencialidade dos algoritmos em manipular a mente humana; (4) a análise das implicações éticas diante do mau uso da inteligência artificial; (5) aprendizagem de técnicas para evitar as tendências emocionais que determinados conteúdos provocam, a fim de desenvolver maior ceticismo e pensamento crítico; (6) capacitação em numeracia estatística, de modo a melhorar o raciocínio lógico.

Algumas das iniciativas promissoras foi o projeto ‘LupaEducação’, criado, em 2017, pela agência de checagem de fatos Lupa, com o intuito de ensinar e capacitar estudantes na área de checagem de fatos. Ao todo, capacitou mais de 7 mil pessoas no Brasil, Portugal, Espanha e em países da África. Também capacitou servidores públicos na área eleitoral para combater a desinformação com o projeto ‘Democracia Digital’. (REVISTA PIAUÍ, 2021).

O Instituto de Tecnologia e Sociedade desenvolveu, em 2020, o projeto ‘Redes Cordiais’, com o escopo de combater a desinformação e o discurso de ódio nas redes. A iniciativa promove a capacitação de comunicadores e influenciadores, usuários com muitos seguidores nas plataformas de mídia digital, para que, também, se responsabilizem pela conscientização do seu público de leitores ou espectadores, educando-os sobre as consequências civis dos abusos do direito à liberdade de expressão na internet, como enfrentar ataques de *haters* e discursos violentos e, por fim, a identificar uma *fake news* e não

compartilhá-la. O conteúdo dessa campanha de educação midiática é postado nas redes sociais do instituto e dos influenciadores. Ao todo, já foram capacitados 109 influenciadores, em 16 meses, que somam 68,3 milhões de seguidores. Ademais, a linguagem utilizada pelo instituto é bastante didática para conseguir informar o público leigo. (ITS, 2021).

Uma maneira lúdica de ensinar sobre os perigos da mídia digital são os jogos educativos. O jogo ‘Bad News Game’, criado por Jon Roozenbeek e Ruurd Oosterwoud (2018), é uma iniciativa do instituto DRUG, desenvolvedor de projetos no combate à desinformação online. O jogo foi feito para o público de 15 a 35 anos de idade e está disponível em inglês, checo, holandês, alemão, grego, esperanto, polaco, romeno, sérvio, esloveno, sueco e em português de Portugal. O instituto também possibilita o pedido de tradução do trabalho via e-mail, desde que o solicitante esteja de acordo com as políticas de proteção e ética. O trabalho, traduzido em outras línguas, possibilita maior acessibilidade aos diferentes públicos que queiram aprender a lidar com desinformação.

O jogo ensina como uma *fake news* é produzida, colocando o jogador na posição de um criador de conteúdos enganosos para que compreenda as estratégias desinformantes e virais aplicadas. Segundo os especialistas, o objetivo é tornar as pessoas, psicológica e emocionalmente, invulneráveis a essas ferramentas manipuladoras, para isso o jogo explica as técnicas necessárias para alcançar e manipular muitos seguidores nas redes, tais como, o anonimato; a polarização de conteúdo; a criação de teorias da conspiração; trollagem, para atingir seus oponentes; o manuseamento das emoções dos leitores e ataques para desacreditar as organizações de checagem de fatos. (DROG, 2020).

A UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) desenvolveu uma iniciativa com a Pearson (UNESCO, 2020), empresa internacional de educação, para aumentar a inclusão digital. Trata-se de incentivar e auxiliar os Estados-membros da organização na Alfabetização Midiática e Informacional (AMI) para que os cidadãos aprendam a usar devidamente as tecnologias de informação e comunicação (TIC). A AMI é um termo para a organização mais adequado que ‘educação em mídia’ e abarca 04 objetivos provenientes da Declaração de Grünwald de 1982 (UNESCO, 1982), aos quais o cidadão deve ter conhecimento: (1) entender quais as incumbências e atribuições da mídia nos Estados democráticos; (2) analisar quais as ações necessárias para o cumprimento de seu papel; (3) verificar de modo crítico o seu conteúdo; (3) utilizá-la para exercer seu direito à liberdade de expressão e participação no contexto democrático; (4) adquirir as habilidades necessárias para usufruir das TICs. (UNESCO, 2022).

Em 2007, com o escopo de reforçar a Declaração de Grünwald, reuniram-se em Paris, França, especialistas na área da comunicação, tecnologia e mídia, e representantes de ONGs de todo o mundo para elaborar a ‘Agenda de Paris - 12 recomendações para a educação midiática’ (UNESCO, 2007), que ressalta a importância dos Estados e das organizações de ensino em emancipar os indivíduos quanto aos meios de comunicação e da mídia.

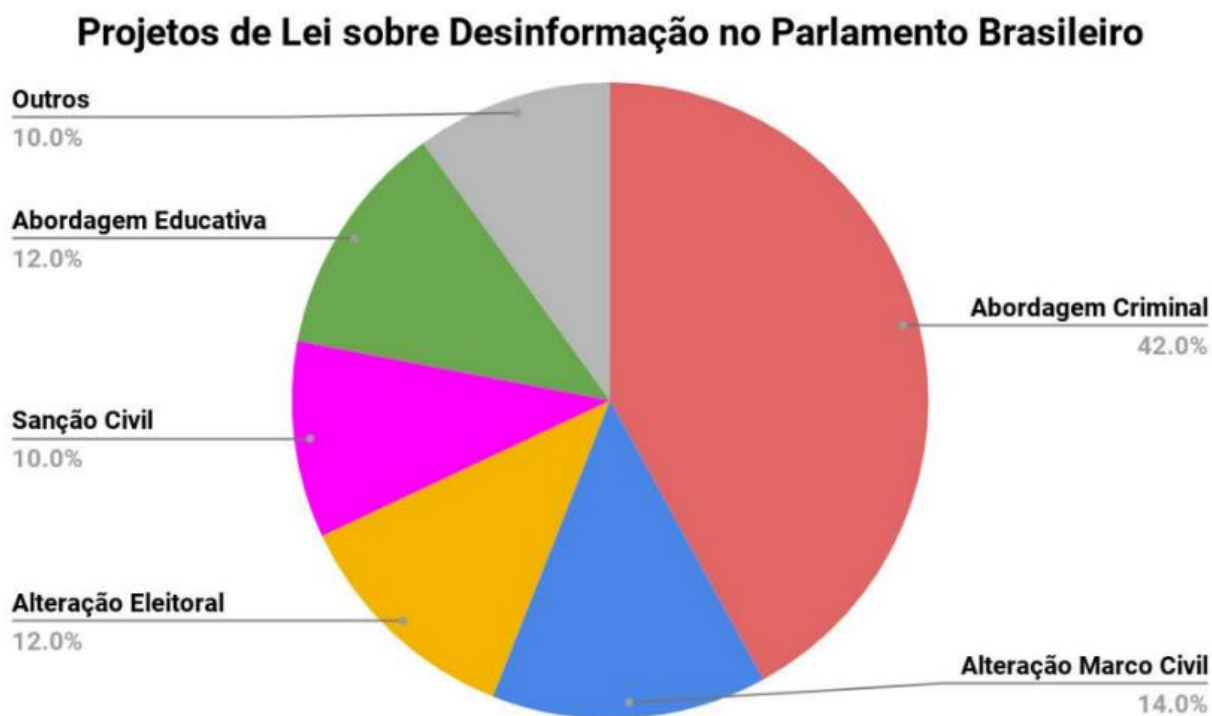
O Marco de Avaliação da AMI da UNESCO, além da Declaração de Grünwald e da Agenda de Paris, tem como base a Declaração de Moscou sobre Alfabetização Midiática e Informacional nas Sociedades do Conhecimento de 2012 (UNESCO, 2016), a Declaração Fez sobre Alfabetização Midiática e Informacional de 2011 (GRIZZLE et al., 2016), a Proclamação de Alexandria sobre Alfabetização Informacional e Aprendizagem ao Longo da Vida de 2006 (INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS, 2005) e a Declaração de Praga para uma Sociedade com Alfabetização Informacional de 2003 (UNESCO, 2003).

A Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 avançou ao incluir o direito ao acesso à informação como uma garantia fundamental. Além disso, a Constituição brasileira está em conformidade com o art. 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948) que dispõe sobre o dever de garantir os direitos à liberdade de expressão e informação por quaisquer meios e independente de fronteiras. O Brasil participou da primeira edição do Fórum Internacional sobre Alfabetização Midiática e Informacional em 2011 (DUDZIAK et al., 2017), que resultou na Declaração Fez, a qual defende o AMI como um direito humano fundamental. Em 2011, aprova-se a Lei Geral de Acesso à Informação, nº 12.527, que versa sobre o direito de acesso às informações públicas pelos cidadãos. A cidade de São Paulo, em 2016, sediou a 5ª Global AMI Week, na qual ocorreu a 6ª edição da Alfabetização Midiática e Informacional e Conferência do Diálogo Intercultural (*Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue Conference*) e a 1ª Assembléia Geral da Aliança Global de Parcerias em Alfabetização Midiática e Informacional.

O Brasil demonstra ter compromisso com a inclusão digital, a fim de estender o acesso à internet e alfabetizar a população. Contudo, segundo as pesquisadoras Amanda Leal e Julia Iunes (2020), o legislativo brasileiro tenta resolver o problema da desinformação, predominantemente, com abordagens criminais, pouco se prontificando para viabilizar medidas educativas. As pesquisadoras, em 2020, encontraram ao todo 59 projetos de lei sobre desinformação em trâmite no Congresso Nacional, dos quais 42% apresentavam uma abordagem criminal; 14% consistiam em promover alterações no Marco Civil da Internet; 12% representavam iniciativas para alterar o Código Eleitoral; apenas 12% propunham uma

abordagem educativa; 10% abordavam a sanção civil; por fim, os 10% restantes dispunham de outras abordagens:

Gráfico 4 – Projetos de Lei sobre Desinformação no Parlamento Brasileiro



Fonte: LEAL; IUNES, (2020)

Alguns dos projetos de lei, no âmbito da educação digital, que as pesquisadoras destacam e fazem determinadas críticas são: o PL 3.144/2020 (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2020) e PL 1.974/2019 (ibid., 2019), que propõem campanhas de conscientização, contudo, ainda se apresentam de forma genérica, pois não especificam as medidas que serão tomadas para a concretização da iniciativa; os projetos 1.077/2015 (ibid. 2015), 6.663/2016, 7.629/2017 (ibid., 2017), 559/2019 (ibid., 2019) e 1.563/2019 (SENADO FEDERAL, 2015), propõem incluir a alfabetização digital no currículo escolar, o que para as autoras, se efetivada a proposta, tem grandes chances de eficácia; por fim, destacam que o PL 2.630/2020, mais conhecido como Projeto de Lei das Fake News, apesar de abordar de forma genérica a importância de se investir em educação digital, aponta duas ações específicas. A primeira consiste na disposição sobre a obrigatoriedade das plataformas de redes sociais em informar aos seus usuários acerca das propagandas impulsionadas e seu financiamento, enquanto a segunda dispõe sobre a conversão de multas aplicadas e a criação de fundos para financiar as iniciativas que promovam a educação digital. (LEAL; IUNES, 2020).

Atualmente, os projetos de lei 1.077/2015, 6.663/2016, 7.629/2017, 559/2019, 1.563/2019 foram apensados ao Projeto de Lei 3.380 de 2015, que dispõe sobre a alteração dos currículos da educação básica. O PL 3.144/2020 foi apensado ao PL 3.063/2020, que juntamente ao PL 1.974/2019 estão apensados ao PL 2.630/2020 (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2020), que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, com o escopo de combater a desinformação nas redes sociais.

A advogada e especialista em Direito Eleitoral, Edilene Lôbo, e o especialista em direitos fundamentais, Pedro Henrique Costa e Moreira, (2019) ressaltam a importância da educação digital, até mais que as alternativas punitivas, como medida de prevenção no combate às *fake news*. Contudo, assenta a urgência e a necessidade de responsabilização dos atores que propagam intencionalmente a desinformação. Em palestra ao grupo de pesquisa Algotr.IA (ALGOLATRIA, 2021), coordenado pelo doutor José Adércio Leite Sampaio da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas), Edilene Lôbo salienta que não adianta a fiscalização e o controle pelo poder público sem educar o indivíduo, tendo em vista que uma parcela significativa da população ainda permanece excluída do meio digital, e que deve o Estado brasileiro agir conforme o art. 218 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, o qual promete inovação tecnológica como um direito fundamental a todos. Ademais, Edilene Lôbo defende que a matéria ‘direito digital’ deveria, obrigatoriamente, ser incluída nas faculdades de direito, dada sua relevância na atualidade. (ALGOLATR.IA, 2021).

A educação midiática e digital é certamente uma das iniciativas fundamentais para o enfrentamento da desinformação nas redes sociais e em outras plataformas de mídia, bem como no âmbito democrático. Ela contribui na imunização do indivíduo contra as *fake news* por atores populistas, para que o eleitor possa, de modo consciente, exercer seu direito ao voto e, conseqüentemente, não eleja candidatos populistas que manipulam a verdade dos fatos, o emocional e atacam às instituições democráticas. No próximo tópico, a pesquisa evidencia, também, a importância das medidas regulamentadoras no combate ao problema.

4.3 Regulamentação

A regulamentação pelo poder público do vínculo entre pessoas, atores políticos e as plataformas de mídia digital é uma tarefa desafiadora e bastante complexa. Primeiramente, segundo o cientista político Chris Tenove (2018), rastrear o financiamento das campanhas eleitorais, na mídia digital, a fim de regularizá-las, é muito difícil, devido à facilidade com a

qual os autores de posts, sites, blogs e contas de robôs conseguem se ocultar nas plataformas. Outro problema tênue, levantado pelo o jurista e tecnólogo da Faculdade de Direito da Universidade de Tecnologia de Queenslândia, Nicolas Suzor (2018), são os dilemas constitucionais que as plataformas abarcam.

O que o pesquisador denomina de ‘constitucionalismo digital’ é a necessidade de limitar o poder das plataformas, pois a governança privada dessas empresas lida com direitos humanos fundamentais, valores muito importantes, que não devem ser relegados apenas às negociações entre o usuário e a rede social. Assevera, ainda, que o Estado não consegue determinar com clareza quais as técnicas apropriadas para fiscalizar e regular as plataformas, bem como, os instrumentos legais existentes para proteger os direitos civis e políticos não se adequam à realidade da governança digital. (SUZOR, 2018)

Principalmente, após a pandemia da COVID-19, ficou evidente o quanto as plataformas de mídia digital estão enraizadas no dia a dia das pessoas e o quão dependentes os indivíduos estão se tornando delas. É inegável que o avanço da tecnologia permanecerá, por isso lidar com as diversas inovações que alteram os ambientes econômicos, políticos e social deve ser uma pauta constante na agenda do poder público. De acordo com Edilene Lôbo e Pedro Moreira (2019), é imprescindível que as empresas de mídia digital sejam reguladas e assumam as devidas responsabilidades perante quaisquer violações à segurança dos dados e liberdade dos usuários.

Neste capítulo, buscou-se analisar os instrumentos legais que estão em andamento e os já colocados em prática pelo Estado brasileiro, no combate à desinformação por atores populistas. Preocupou-se em averiguar a eficácia, as insuficiências, os defeitos e as implicações aos direitos humanos fundamentais da liberdade de expressão, privacidade e acesso à informação, quanto à aplicação de medidas regulatórias no contexto democrático constitucional.

4.3.1 *Inquérito das fake news*

A aplicação de propostas regulatórias é fundamental e necessária no combate à desinformação, não obstante, há uma linha tênue entre censura do poder público e abusos das plataformas privadas, que deve ser tratado com cautela para não ferir o direito à liberdade de expressão (GURUMURHTY; BHARTHUR, 2018). O que não se pode fazer é manter a inércia diante da gravidade das consequências que o problema carrega. A violação da soberania popular é o que está em ameaça, quando a disseminação massiva de *fake news*

interfere no debate público e na escolha dos eleitores no contexto das eleições (LÔBO; MOREIRA, 2019).

A Lei nº 5.250/67, Lei da imprensa, editada na época da ditadura militar, foi declarada inconstitucional pela Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF) nº 130, pois o Superior Tribunal Federal (STF) entendeu que os dispositivos da lei eram incompatíveis com o viés democrático da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. No voto do ministro Ricardo Lewandowski foi esclarecido que a referida lei tinha o objetivo, não explícito, de cercear a liberdade de expressão, devido ao contexto autoritário no qual foi editada e em prol da manutenção desse regime de exceção. Ademais, assevera que a lei viola os três valores que sustentam o Estado de Direito Brasileiro de 1988, a democracia, o princípio republicano e o federalismo. (STF, 2009)

Deste modo, o STF assentou que, observados os limites da liberdade de expressão e o acesso à informação, não pode o Estado fazer censura prévia, isto é, definir previamente o que os cidadãos e a imprensa devem ou não dizer (STF, 2009). Salieta-se a importância dos limites estabelecidos, por quaisquer propostas de regulamentação, serem transparentes, imparciais e buscarem atender os princípios constitucionais do Estado Democrático de Direito. Para tanto, as circunstâncias e os impactos das medidas regulatórias devem ser pautados em conformidade com as demandas de cada caso concreto.

Em 14 de março de 2019, a Portaria GP 69 (STF, 2019a) instaurou o inquérito 4.781 (STF, 2019b), assinado pelo presidente do Superior Tribunal Federal (STF), Dias Toffoli, para investigar a disseminação coordenada de *fake news* e os ataques aos membros do STF nas redes sociais. O procedimento e as medidas adotadas no inquérito contra os investigados foram alvos de críticas, a seguir analisadas. Primeiramente, o partido Rede Sustentabilidade ajuizou Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF), nº 572, questionando a constitucionalidade do inquérito, sob a alegação de que os crimes contra a Corte não poderiam ser julgados pela própria, em respeito aos princípios do devido processo legal (art. 5º, LIV, CRFB/88), da legalidade (art. 5º, II), vedação aos juízos ou tribunais de exceção (art. 5º, XXXVII, CRFB/88) e da separação dos poderes (art. 60, §4º, III, CRFB/88). (FARRAH, 2021; CRUZ, 2020)

O STF declarou improcedente a ação, conforme a fundamentação de que no art. 43 do Regimento Interno do Supremo Tribunal Federal, citado para basear a Portaria que instaurou o inquérito, havia previsão legal que permitisse ao STF, de modo extraordinário e atípico, instaurar e julgar a infração penal, tendo em vista que os crimes ocorreram nas dependências da Corte e que ofendiam seus membros e ameaçavam fechar o órgão. Também, argumentou

que os agentes responsáveis pela disseminação de notícias fraudulentas e discursos de incitação ao ódio contra a instituição e o Estado Democrático brasileiro não poderiam ser protegidos pelo direito humano fundamental à liberdade de expressão, pois buscavam satisfazer interesses políticos e econômicos da organização criminosa. (FARRAH, 2021; CRUZ, 2020)

O constitucionalista Álvaro Ricardo de Souza Cruz (2020) aponta 04 aspectos questionáveis no inquérito. Primeiramente, a interpretação aplicada ao art. 43 do RISTF foi extensiva, pois abarcou crimes que extrapolaram as dependências da Corte. Ademais, o Presidente do Inquérito, Alexandre de Moraes, não foi selecionado por sorteio, respeitando o princípio do juiz natural e da imparcialidade, mas sim, escolhido discricionariamente pelo Presidente da Corte. Outro problema, é decidir qual órgão seria competente para julgar os crimes cometidos contra o STF, tendo em vista que, não há outra Corte brasileira com hierarquia superior, bem como, ter um processo em que a própria vítima do crime acusa e julga, fere o sistema acusatório de persecução penal defendido pela Constituição Federal. Por fim, argumenta o autor que a investigação do inquérito se refere a fatos indeterminados e que ainda não aconteceram, o que contraria a regra de que a investigação criminal deve apurar apenas os fatos que aconteceram no passado.

No curso do inquérito, algumas das medidas cautelares adotadas contra os investigados geraram polêmicas e indagações quanto aos limites da liberdade de expressão e possível censura do judiciário. A retirada dos perfis das redes sociais, por exemplo, para que o investigado não pudesse mais se manifestar naquela plataforma e disseminar *fake news*, representou uma violação ao direito de liberdade (BBC NEWS BRASIL, 2020). Outras medidas, conforme o professor Álvaro Cruz (2020), que soaram como abusos legais foram a busca e apreensões de objetos indeterminados, quebra de sigilo bancário e fiscal, para tentar rastrear o financiamento dessas operações ilícitas, bem como, o STF tentou atuar fora dos limites territoriais brasileiros ao exigir que o Facebook e Twitter excluíssem os perfis dos investigados hospedados fora do Brasil, mas que continuavam disseminando *fake news* no país. Em resposta, o Facebook não atendeu a ordem judicial, sob o argumento de que a decisão ultrapassou os limites do território nacional, diante disso o STF aumentou a multa por descumprimento da ordem, alegando que toda entidade privada no Brasil deve obedecer às ordens do Judiciário.

Segundo José Adércio Leite Sampaio (2020), o direito à liberdade de expressão, assim como os direitos fundamentais como um todo, apresenta um caráter dual, englobando tanto o aspecto objetivo quanto um subjetivo. Isso significa que, subjetivamente, os cidadãos têm o

poder de dispor desse direito, expressarem livremente suas opiniões e ideias, como também, no aspecto objetivo, têm o dever de protegê-lo e respeitá-los, obrigação também dos particulares, por ser um valor social instituído por norma constitucional, que limita a disponibilidade desse direito pelo Estado, que também tem a obrigatoriedade de ampliá-lo e efetivá-lo, e impede que seja renunciado e abusado pelo indivíduo. Contudo, ressalta o autor, que a objetivação pode resultar em maior arbitrariedade do legislador, que define o direito, ou ficaria sujeito a um tribunal constitucional que controlaria a intervenção do legislativo.

Bem pontua o autor que os direitos fundamentais são compreendidos também pelo seu caráter de direitos-deveres, ou seja, tanto se tem poder para dispor do direito quanto responsabilidade para não utilizá-lo em fins ilícitos, de modo a prejudicar o direito do outro. Ademais, acresce que a limitação a um direito fundamental afeta somente o seu exercício e não o seu conteúdo o que difere da restrição, a qual inviabilizaria a essência do direito fundamental e as faculdades que lhe são atribuídas. (SAMPAIO, 2020)

O direito à liberdade de expressão, disposto no art. 5º, inciso IX⁵² da Constituição Brasileira, não pode ser considerado absoluto quando o produtor e transmissor de uma *fake news*, por má-fé, abusar deste de direito em detrimento do livre exercício do voto e da soberania popular (LOBO e MOREIRA *in* OLIVEIRA *et al*, 2019). O direito à livre manifestação do pensamento não se confunde com o dever de informar, segundo Jean François Revel (1989). É direito, ainda que dos loucos e mentirosos, de se expressarem e do indivíduo de unir-se ao grupo que tenha o seu mesmo ponto de vista, tendo em vista que, o desenvolvimento da democracia moderna consiste na promoção do pensamento crítico de cada um. Contudo, informar equivocadamente uma informação que se sabe inverídica, desrespeita a postura legal que se deve ter no debate público. A oposição a uma ideologia não deve ser resolvida com violência ou desinformação proposital, apenas com argumentos, obedecendo ao princípio da tolerância. (REVEL, 1989)

Nesse sentido, para que o eleitor exerça, de forma plena e consciente, o seu direito ao voto (art. 14, CRFB/1988), é imprescindível que as informações que alimentam o debate público sejam verídicas (art. 5, inciso XIV, CRFB/1988). Para que isso ocorra, é necessário ações de fiscalização e medidas coercitivas contra quaisquer condutas que manipulem a escolha do cidadão (LOBO e MOREIRA *in* OLIVEIRA *et al*, 2019).

⁵² “Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;” (BRASIL, 1988, art. 5º, inciso IX)

Por mais importante que seja a regulamentação para o controle das *fake news*, apenas isso não é o suficiente para a proteção dos direitos fundamentais, sem que haja propostas de emancipação e autonomia do indivíduo frente a onda de desinformação na mídia (SARAIVA; MARES, *in* LOBO e OMMATI, 2019). O voto consciente do cidadão deve ser o protagonista e suas manifestações capazes de influenciar no processo eleitoral.

4.3.2 *Milícia digital*

O Mandado de Segurança, com pedido liminar, nº 37.082, foi impetrado pelo Deputado Nantes Bolsonaro, contra a condução do Presidente da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito nº 4.781/2019, também denominada de CPMI das Fake News, o Senador Ângelo Mário Coronel de Azevedo. O impetrante alegou que o objeto do inquérito foi desvirtuado para prejudicar os membros do legislativo aliados ao Governo Federal e ao Presidente da República, Jair Bolsonaro. O que antes apenas investigava atos criminosos na internet contra a democracia e o debate público, como também, a propagação de mensagens que estimulavam ao suicídio, passou a analisar, no âmbito eleitoral, o instrumento das *fake news* que influenciou nas eleições de 2018. (BRASIL, 2019)

O ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Gilmar Mendes, indeferiu o referido mandado de segurança, sob o argumento de que a CPMI das Fake News é primordial para as investigações acerca dos ataques coordenados contra a democracia e as instituições nacionais, assim como, se relaciona e auxilia ao Inquérito 4.828/2020, o qual examina violações à Lei de Segurança Nacional, nº 7.170/1983, diante das condutas ilícitas para a produção em massa de mensagens que ataquem o regime republicano. Ressaltou, ainda, que desde a instalação da CPMI o escopo era averiguar os ataques cibernéticos contra a democracia e o debate público, bem como, a utilização de perfis falsos, softwares empresariais, disseminação de desinformação, forjamento de discussões artificiais para manipular o resultado das eleições de 2018. (MENDES, 2020)

Na decisão, o ministro também esclarece que o agente foco das investigações é a 'milícia digital'. Caracterizada como uma quadrilha organizada, financiada de forma oculta e ilegal, que manipula o debate público e ataca as instituições democráticas, com a utilização de ferramentas digitais que impulsionam a desinformação e o discurso de ódio em massa. (MENDES, 2020)

De acordo com o professor André Farrah (2021) a milícia digital compreende 08 características. Primeiramente, presume-se que seja um ator não integrante do estado ou do

poder público, pois cabe à Administração Pública, direta e indiretamente de qualquer dos Poderes dos entes federativos, respeitar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade, conforme o art. 37 da CRFB/88. Contudo, em alguns casos evidenciados neste trabalho, pode haver agentes públicos envolvidos.

Pode acontecer, também, do poder público financiar ou monetizar provedor ou conta em rede social que veicule desinformação, o que não é permitido pela Constituição Federal, ocorre que, às vezes, empresas públicas ou privadas para alcançar um público maior, divulgam seus anúncios em sites ou perfis muito acessados, sem conferir devidamente o tipo de conteúdo ali divulgado (FARRAH, 2021). As milícias digitais possuem um financiamento que, a rigor, é difícil de rastrear e identificar os apoiadores.

Os integrantes da milícia são seguidores de alguma ideologia e, regra geral, atuam de forma coletiva. Há atuações individuais, daqueles participantes que não integram o grupo, mas que de forma consciente e intencional compartilham a desinformação em outros grupos. Como também, pode ocorrer uma participação acidental, daquele usuário que compartilha a *fake news* por descuido, não havendo que se falar em punição para tal conduta. Outro fator essencial é o elemento subjetivo, pois para compor uma milícia digital, deve haver a caracterização da vontade do agente. (FARRAH, 2021)

A milícia digital difunde suas mensagens por seguidores humanos, bem como, impulsiona seus conteúdos com o uso de robôs, que prejudicam um debate consciente e livre. Ademais, é coordenada por um líder ou grupos de líderes que vão incitar ações escandalosas, teorias da conspiração e a propagação de notícias falsas e de discursos de ódio. Por fim, a milícia digital atua de forma estratégica. Inicialmente, há um ‘patrulhamento’ para a coletar os dados pessoais das pessoas e analisar o seus perfis, após as dividem em grupos, para o envio, por meio de seus ‘perfis montados’, de mensagens direcionadas, geralmente curtas, com o uso de expressões que mexem com as emoções de medo e receio das pessoas, tem-se o ‘componente narrativo’. A milícia digital age por fins econômicos, para angariar dinheiro, ou políticos, para alcançar o poder, sempre ‘mirando em um alvo’, seja um candidato ou partido adversário, instituições públicas, grupos sociais, empresas, jornalistas. (FARRAH, 2021)

4.3.3 Projeto de Lei 2.630/2020

O Projeto de Lei 2.630 de 2020, aprovado pelo Senado Federal, atualmente em tramitação na Câmara dos Deputados, também conhecido como Lei das Fake News, visa instituir a ‘Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet’. A

iniciativa tem como escopo regulamentar a transparência nas redes sociais e nos serviços de mensagens privadas, por exemplo, WhatsApp e Telegram, de modo que as plataformas tornem claro a relação entre os conteúdos anunciados e seus patrocínios, bem como, que respondam às sanções previstas no caso de violação da lei, para que assim seja possível combater a desinformação na internet.

A lei conceitua termos importantes para a regulamentação, tais como ‘conta inautêntica’, que trata-se de uma conta criada para enganar o público, pois simula ou assume a identidade de terceiros; ‘rede de distribuição artificial’ é uma forma artificial de disseminar conteúdo, com o uso de contas automatizadas ou de tecnologia não reconhecida pelo provedor; ‘conta automatizada’ é gerida por tecnologia que simula o comportamento humano para propagar conteúdo e; ‘impulsionamento’ refere-se a um serviço pago para aumentar o alcance de um conteúdo (Art. 5, BRASIL, 2020)

Contudo, a proposta de lei não conceitua desinformação ou *fake news*, seus objetivos e princípios, conforme os artigos 3º e 4º (BRASIL, 2020), estão voltados à proteção da democracia, do direito ao acesso à informação verídicas, da liberdade de expressão e diversidade em rede. Para tanto, propõe medidas que promovam a transparência nas plataformas, tais como o combate às contas inautênticas e de propagação artificial de conteúdo, a divulgação de informações acerca dos conteúdos impulsionados e publicitários, bem como, a adoção de mecanismos que garantam o contraditório e a ampla defesa.

Para plataformas com um público inferior a 2 milhões de usuários, a lei só serve como parâmetro de boas condutas, além disso, atinge apenas àquelas que atendam ao público brasileiro, ainda que sediadas no exterior ou se um membro da empresa esteja representando-a no Brasil, conforme o art. 1º (BRASIL, 2020). Das responsabilidades dos provedores de redes sociais e de mensageria privada se destacam as obrigações de: (1) vedar contas inautênticas, automatizadas que os usuários não tenham ciência; (2) identificar e divulgar quais os conteúdos impulsionados e publicitários; (3) limitar o número de contas que um usuário possa ter (Art. 6, BRASIL, 2020). Quanto especificamente aos provedores de mensageria privada acresce-se as responsabilidades de gerir a natureza interpessoal do serviço; limitar o número de mensagens encaminhadas e de participantes do grupo; autorização e consentimento prévio do usuário antes de ser inserido a um grupo ou lista; armazenamento, durante 03 meses, das mensagens que forem encaminhadas em massa. (Arts. 9 e 10, BRASIL, 2020)

Determina o art.10 (BRASIL, 2020), que o encaminhamento em massa ocorre quando uma mensagem é enviada por mais de 05 usuários, em um período de até 15 dias, nos grupos ou nas listas de transmissão. Sobre esse tipo de conduta e apenas aquelas mensagens que

atingiram mais de 1.000 usuários, a lei exige que o servidor registre, quais os usuários que encaminharam, o total de recebedores da mensagem, bem como, a data e horário do envio. Contudo, o conteúdo da mensagem deve-se manter sigiloso, exceto para o caso de responsabilização, quando o conteúdo ilícito serve como prova.

A iniciativa também exige que no caso de aplicação da lei ou dos termos de uso dos provedores, os usuários sejam devidamente informados, acerca da fundamentação e processo de análise das decisões e medidas, reservados os prazos e o devido processo para a contestação, bem como, a possibilidade de responsabilização do provedor quando não aplicar corretamente a lei ou os termos de uso (art. 12, BRASIL, 2020). Compete ainda aos servidores apresentar relatórios trimestrais de transparência que informem (1) a quantidade de medidas de moderação aplicadas às contas e aos conteúdos devido às ordens dos termos de uso, da legislação e judicial; (2) a quantidade de contas automatizadas e inautênticas, assim como, de conteúdos impulsionados e publicitários não reconhecidos; (3) o período de tempo necessário para detectar uma violação e aplicar uma medida ou sanção; (4) dados referentes aos engajamentos ou interações, incluindo a quantidade de visualizações e de compartilhamentos que se relacionavam com os conteúdos viciosos detectados; (5) mostrar a relação entre as contas automatizadas, que estão de modo ocultos, e as de disseminação de conteúdo para que seja possível o rastreamento das redes artificiais de disseminação de conteúdo (art. 13, BRASIL, 2020).

Quanto ao dever de identificar os conteúdos impulsionados e publicitários, nos artigos 14 a 17 (BRASIL, 2020), a proposta de lei só exige dos provedores de redes sociais, eximindo os servidores de mensagerias privadas. Das exigências inclui-se (1) identificar a conta autora do impulsionamento ou o anunciante, de modo que o usuário possa contactar a mesma; (2) disponibilizar ao público toda a informação necessária acerca do anúncio e, no âmbito eleitoral, informar o gasto do candidato, partido ou coligação com o impulsionamento de conteúdo, do que se trata a publicação e quem é o seu anunciante, a fim de auxiliar a fiscalização da Justiça Eleitoral.

As contas do poder público, dos seus órgãos, entes e agentes políticos, nas redes sociais, se submetem aos princípios da administração pública e devem garantir a preservação da conta, assim como, a possibilidade de revisar e remover as postagens, ademais, se o agente político possuir mais de uma conta, deve estar previsto apenas uma conta oficial, à luz dos artigos 18 a 24 (BRASIL, 2020). Para fazer estudos, pareceres, debates, recomendações, elaborar códigos de conduta e de diretrizes aos servidores de redes sociais e de mensageria privada, no combate à desinformação, a proposta de lei também prevê a criação do Conselho

de Transparência e Responsabilidade na Internet, composto por 21 conselheiros, que não serão remunerados, com mandato de 02 anos, admitida 01 recondução, com notório conhecimento nas matérias relacionadas à Lei e que serão aprovados previamente pelo Congresso Nacional. Dos membros do Conselhos haverá 01 representante do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, do Conselho Nacional de Justiça, Conselho Nacional do Ministério Público, do Comitê Gestor da Internet no Brasil, do setor de telecomunicações, do Conselho Nacional dos Chefes de Polícia Civil, do Departamento de Polícia Federal, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), 02 representantes da academia e comunidade técnica, do setor de comunicação social, dos provedores de acesso, aplicações e conteúdo da internet, 05 representantes da sociedade civil. (arts. 25 a 29, BRASIL, 2020)

Por fim, a proposta de lei, no art. 30, faculta aos provedores a criação de uma instituição autogerida, que deve ser certificada pelo Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet. A instituição deve administrar a plataforma digital, de modo a garantir os princípios da transparência e responsabilidade na internet, suas regras e procedimentos devem ser claros, objetivos e acessíveis, bem como, deve disponibilizar serviços que viabilizem as contestações e o atendimento. (BRASIL, 2020)

Evidenciados, resumidamente, alguns dos pontos essenciais da proposta de lei, esta pesquisa inicia a análise acerca das implicações e consequências dessas regulamentações, a partir de comparações com a legislação em vigor em outros países, que versem sobre a mesma matéria, e obras de especialistas que abordam a temática do combate à desinformação.

Primeiramente, quanto ao conceito cabe compreender o possível significado jurídico que *fake news* poderia ter. A pós-verdade trata-se de uma verdade relativa, ou seja, cada indivíduo tem a sua, nesse viés os fatos não importam e essa ideia tem sido usada como defesa para finalizar discussões ou espalhar desinformação, diante do ‘direito’ de expressar crença pessoal sem fundamentos. (MENEZES; STEIBAL, 2020)

Então, a questão é se a *fake news* está abarcada ou não pelo direito fundamental à liberdade de expressão. Para tanto, cabe pontuar algumas diferenças entre opinião, erro jornalístico e *fake news*. A livre manifestação da opinião é protegida pela Constituição brasileira. Inclusive, no Julgado da ADPF 187/2011 do Superior Tribunal Federal (STF), quanto à marcha da maconha, movimento em que alguns cidadãos defendiam a legalização da maconha, o tribunal foi bem claro que, apesar da substância ser ilícita, as pessoas têm liberdade para se posicionar contrário a uma lei, desde que não usassem ou incentivassem o uso da substância. (STF, 2011)

Mas poderia uma pessoa, diante da pandemia do COVID-19, postar posicionamento contrário a campanha de vacinação? Ainda que, dentro da ideia pós-verdade, as pessoas têm direito de manifestar suas crenças, a sanção ao usuário pela postagem vai depender da política da plataforma e, se enquadra em condutas já tipificadas pelo Código Penal, como calúnia, difamação e injúria. Quanto ao erro jornalístico involuntário cabe alguma retificação da notícia, em conformidade com os deveres e liberdades do Código de Ética dos Jornalistas.

Por outro lado, como as *fake news* são enquadradas? Para os professores Priscilla Menezes e Fabro Steibel (2020), trata-se de um movimento sistemático e proposital de alteração da realidade embalado num formato jornalístico. De acordo com o jurista Diogo Rais (2019), é uma mentira que equivale, no direito, à fraude, devido ao dolo do agente e o dano. Assim, para o autor, a base de uma *fake news* tem três elementos: (1) a mentira ou a falsidade; (2) o dolo, seja direto ou eventual; (3) o dano, seja efetivo ou em potencial.

A professora em direito constitucional e eleitoral, Aline Osorio (2019), argumenta que existem três problemas para a aplicação e adaptação da lei ao problema das *fake news*. O primeiro, é o desafio da terminologia, pois é necessário compreender o que são as notícias falsas. Para a pesquisadora, a definição de *fake news* é similar à do jurista Diogo Rais, trata-se, também, de informações inverídicas, manipuladas, que são criadas de forma intencional e com potencial de causar um dano. O segundo trata-se de uma questão filosófica, em decorrência dos dilemas acerca da proteção e abusos da liberdade de expressão frente a indeterminação do que objetivamente seja *fake news*. Por fim, o obstáculo tecnológico, uma linguagem que está em constante avanço e traz limitações à legislação, por isso é necessário agir de forma pontual na raiz do problema.

O direito penal é a *ultima ratio*, ou seja, apenas o aplica quando não há outros instrumentos jurídicos capazes de solucionar o problema. Se enquadrar *fake news* como um crime é necessário pensar qual bem jurídico se visaria proteger. A verdade? Ocorre que não é um bem jurídico especificamente tutelado pelo Código Penal, ou até mesmo, pelo Código Eleitoral. E ainda que fosse, esses sistemas sozinhos são lentos frente a velocidade das *fake news*. Cada vez mais é necessária uma cooperação entre as instituições públicas, agências de checagem de fatos e redes sociais.

A PL das Fake News, como solução jurídica, ainda carece de aprovação desde 2020. Ademais, criou-se um sistema de vigilância, em que o foco se concentra nas redes sociais e não no rastreamento da indústria das *fake news*, instrumento que financia a viralização de desinformação para obtenção de alguma vantagem. A PL apresenta pontos relevantes e que

careciam de regulamentação, contudo, além da demora na tramitação do projeto, não demonstra ser suficiente para impedir a desinformação no processo eleitoral.

Adalthon de Paula Souza (2020), advogado e pesquisador em direito digital, argumenta que a PL das Fake News teve sua criação acelerada com o intuito de atender às preocupações acerca das eleições brasileiras de 2020 e devido à cobertura midiática sobre o inquérito 4.781/2019. Popularmente chamado de Inquérito das Fake News, que averiguava os ataques aos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), por agentes que usavam as plataformas digitais para a disseminação massiva de desinformação e ameaças.

O processo legislativo na criação da PL nº 2.630/2020 não apresentou muita abertura para a participação da sociedade civil, diferente do Marco Civil da Internet, Lei 12.962/2014, e da Lei Geral de Proteção de Dados, Lei 13.709/2018. Mesmo o projeto apresentando muitas críticas e questionamentos, ao todo foram feitas 152 emendas, foi aprovado no Senado Federal. Algumas de suas problemáticas, analisadas pelo pesquisador Adalthon de Paula Souza (2020) estão nos arts. 5º, 6º, 7º, 8º e 10º, que na atual redação ameaçam os direitos à privacidade e à liberdade de expressão.

Primeiramente, ressalta o autor dos perigos do arts. 5º, ao definir o que é uma conta inautêntica, e 6º, ao responsabilizar os provedores de redes sociais e de mensageria privada pelo controle e exclusão desse tipo de conta. Ocorre que, tal matéria trata-se de algo subjetivo e de difícil análise dos provedores que terão de averiguar qual a intenção do usuário ao criar determinada conta. Além disso, no art. 7º, o projeto de lei autoriza que os provedores tenham acesso aos documentos oficiais no caso de suspeita de uma conta inautêntica, o que aumenta a discricionariedade e poder da plataforma sob uma justificativa subjetiva e manipulável e vai em contramão ao art. 22 do Marco Civil da Internet, que determina a quebra do sigilo ou acesso a dados pessoais apenas mediante ordem judicial. (SOUZA, 2020)

A Constituição Brasileira defende e garante a liberdade de expressão, mas veda o anonimato (Art. 5, IV, CRFB/1988). Contudo, o posicionamento do Superior Tribunal Federal (STF), quanto à manifestação de pensamentos e opiniões dos usuários na internet, não é de que o usuário deve ser primeiro identificado para poder se manifestar, mas sim de que apenas haja possibilidade de rastreamento após o caso de eventual prática ilícita que prejudique terceiros (STF, 2002). Deste modo, os arts. 6º e 7º do Projeto de Lei ao exigirem a identificação prévia do usuário ainda que não tenha ocorrido o dano, diante de uma suspeita baseada em critérios subjetivos, ferem o direito à liberdade de expressão. (SOUZA, 2020)

Por fim, um dos artigos mais polêmicos do Projeto de Lei é o art. 10, que trata da obrigação dos provedores de serviços de mensageria privada de armazenar, durante 03 meses,

mensagens que forem encaminhadas em massa, ou seja, para mais de 05 usuários, no período de 15 dias e que alcancem 1.000 usuários. Pablo Bello, de Políticas Públicas do *WhatsApp* para a América Latina, aponta que apesar da exigência não violar o conteúdo das mensagens, acaba violando a privacidade dos usuários do mesmo modo, pois possibilita que seja violada a informação de com quem o usuário conversa (VIEIRA, 2020). As emendas 126 (SENADO FEDERAL, 2020a) e 140 (SENADO FEDERAL, 2020b), feitas ao Projeto de Lei, pedem a supressão do referido artigo, pois evidenciam que o referido artigo: (1) viola a Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil, bem como, vai contra a base jurídica, quanto a garantida privacidade dos dados, consagrada no Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia, ao permitir a coleta de dados ainda que a finalidade não esteja ligada ao serviço do provedor; (2) inverte o princípio de presunção da inocência previsto na Constituição Federal ao exigir o armazenamento dos dados dos usuários colocando-os a mercê de vazamentos de dados, abusos de empresas privadas e políticas sobre o mau uso dos dados, tornando a identidade do usuário vulnerável a uma política vigilante; (3) possibilita a responsabilização das pessoas que estão na cadeia de encaminhamento das mensagens em massa, sem levar em consideração a intenção no compartilhamento; (4) por fim, fere entendimento do Superior Tribunal Federal, que defende a proteção dos metadados assim como o conteúdo das mensagens, não sendo portanto viável seu armazenamento generalizado.

A Lei Alemã para Melhoria da Aplicação da Lei nas Redes Sociais (*NetzDG*)⁵³ que entrou em vigor em 1º de setembro de 2017, também adota uma postura que aumenta as responsabilidades dos provedores, contudo de modo mais viável e menos invasivo. A lei foi alvo de muitas críticas, contudo pontua o jurista alemão Martin Eifert (2020), que a perspectiva adotada no sentido de responsabilizar os intermediários de plataforma é a via mais efetiva para lidar com as redes sociais.

Assim como, o Projeto de Lei brasileiro, a *NetzDG* responsabiliza apenas intermediários com mais de 2 milhões de usuários, isso é uma forma de permitir o avanço tecnológico e entrada no mercado daqueles ainda pequenos provedores sem ter que aplicar-lhes uma regulação pesada. As críticas a *NetzDG* sobretudo se deram pela responsabilidade indireta de monitoramento atribuída aos intermediários de retirada de conteúdo. Os críticos argumentam que a liberdade de expressão seria violada, pois as plataformas podem retirar até postagens lícitas. Contudo, o foco da Lei alemã são os conteúdos claramente ilícitos, no âmbito penal, determinando de forma objetiva quais os tipos de infrações penais, tais como violação aos

⁵³ Tradução da lei para o português disponível na obra Fake News e Regulação. (ABBOUD; NERY; CAMPOS, 2020)

direitos de personalidade de terceiros, da paz pública. O procedimento para a exclusão desse conteúdo deve se dar em um prazo de 24 horas ou até 07 dias, conforme o nível de dano e gravidade da postagem, ser transparente e monitorado pela direção da plataforma que incluirá a aplicação das medidas em relatórios mensais. (EIFERT, 2020)

Se assemelha também ao projeto brasileiro ao possibilitar o intermediário a submeter suas decisões a uma instituição de autorregulação regulada, bem como, na aplicação de multas pecuniárias no caso de descumprimento das obrigações. Quanto a este último caso, a sanção apenas se procede em caso de erros sistêmicos e casos evidentes, não em relação a decisões isoladas, em prol da garantia da liberdade organizacional do provedor. (EIFERT, 2020)

Por fim, duas críticas centrais que recaem sobre a *NetzDG* são o '*overblocking*' e a 'privatização da aplicação do direito'.

A primeira diz respeito à preocupação com o excesso de retirada de conteúdo, no sentido de que, mesmo em caso de dúvida sobre a ilicitude de uma postagem, ela fosse apagada pelo provedor, o que poderia violar a liberdade de expressão do usuário.

Diferente do mundo *off-line*, em que as manifestações não têm tamanho alcance e os meios de comunicação são regulamentados, a realidade virtual trouxe maior difusão das opiniões e devido a ausência de instrumentos legais hábeis, além da possibilidade de anonimato da identidade, os usuários passaram ao não temer expressar seus preconceitos e teorias conspiratórias, afetando principalmente grupos minoritários e vulneráveis. Diante da rede de discurso de ódio, teoria da conspiração, desinformação e concentração de grupos que não interagem entre si, limitando o debate, a participação igualitária e, conseqüentemente, a democracia, é imprescindível meios que protejam os direitos humanos fundamentais. Para tanto, o Eifert (2020) aponta dois caminhos que podem ser seguidos para evitar o *overblocking*: (1) o fortalecimento dos direitos dos usuários, de modo que se proporcione mecanismos de defesa para o restabelecimento do conteúdo que foi retirado equivocadamente, conhecidos como *put-back*, e (2) mais transparência quanto aos critérios e decisões de retirada de postagens, para que facilite a fiscalização e a contestação dos usuários.

As soluções que cada país venha a adotar depende dos princípios e direitos que suas constituições defendem. Por exemplo, a Itália impõe à imprensa o dever de respeitar a verdade dos fatos e adota as medidas necessárias para combater as *fake news*. Por outro lado, os EUA, devido a não distinção, na Primeira Emenda, entre liberdade de expressão e liberdade de informação e a maior proteção daquele direito, acaba por ter dificuldades em agir contra a desinformação. (MONTI, 2018)

Segundo Matteo Monti (2018), a ‘retificação’ é uma alternativa que a Itália está usando para evitar a aplicação do direito penal e a censura. A medida pode ser acionada em três circunstâncias: (1) como dever do jornalista, em conformidade com o Código de Ética da profissão, Lei nº 69/1963; (2) uma consequência de uma ordem judicial; (3) uma correção da plataforma para atender um pedido fundamentado do usuário. Outro instrumento menos agressivo, mas que carece da verificação de uma autoridade independente e imparcial para sua aplicação, é a ‘desindexação’ (retirada) de sites que propaguem desinformação. Referidos mecanismos, se instituídos por lei, provavelmente seriam declarados inconstitucionais nos Estados Unidos, em razão da garantia dos direitos à liberdade de expressão e de imprensa. Neste caso, talvez, seria mais adequado o emprego da autorregulação das próprias plataformas. (MONTI, 2018)

A jurisprudência italiana compreende que o direito à liberdade de expressão não é absoluto e está limitado a não violação de outros valores constitucionais, conforme o art. 21 da Constituição da República Italiana⁵⁴. Importante ressaltar que não se proíbe o compartilhamento de informações sensacionalistas e falsas, somente quando estas perturbem a ordem pública. A aplicação de uma pena apenas ocorre quando a *fake news* atinge o direito de outro cidadão, à luz do art. 656 do Código Penal da Itália⁵⁵. (DONATI, 2018)

No ordenamento jurídico italiano, o Projeto de Lei nº 2.688/2017 foi apresentado com o escopo de combater a desinformação na internet, garantir a transparência na *web* e incentivar a alfabetização midiática (GAMBARO et al., 2017). Porém, o projeto responsabiliza os Provedores de Servidor de *Internet* (PSIs), no caso de desinformações mal intencionadas pelos usuários, e os obriga a adotarem mecanismos de filtragem preventiva contra as *fake news*. Segundo Filippo Donati (2018), essa regulamentação acarretaria em censura, violação do direito à liberdade de informação da Constituição Italiana, bem como, contraria os regulamentos nacionais, como o art. 15, §1º, da Diretiva 2000/31, o art. 17, § 1º do Decreto Legislativo 70/2003 e a Declaração de Viena, de 3 de março de 2017 (ITÁLIA, 2000, 2003).

⁵⁴ “Art. 21. Todos têm direito de manifestar livremente o próprio pensamento, mediante forma oral ou escrita, e qualquer outro meio de difusão. A imprensa não pode ser sujeita a autorizações ou censuras. Pode-se proceder ao sequestro somente por determinação da autoridade judiciária em caso de delitos, para os quais a lei de imprensa o autorize expressamente, ou em caso de violação das normas que a própria lei exija para a indicação dos responsáveis” (ITÁLIA, [2018], tradução nossa).

⁵⁵ “Art. 656. Quem publica ou divulga informação falsa, exagerada ou tendenciosa, que possa perturbar a ordem pública, é punido, se o facto não constituir crime de maior gravidade, com prisão até três meses ou com multa até 309 euros” (ITÁLIA, 2017, tradução nossa).

Quanto à segunda crítica, Martin Eifert (2020) argumenta que haveria uma violação ao princípio do Estado de Direito ao passo que as plataformas privadas determinariam a retirada de conteúdo e não o judiciário. Segundo o autor, a referida crítica não merece prosperar, pois o bloqueio da postagem primeiro pelo provedor privado, trata-se apenas de uma responsabilidade indireta de monitoramento, e não impede que o usuário busque a via judicial caso acredite que seu direito foi violado. Ainda ressalta que, o real problema é, na verdade, a falta de busca dos indivíduos ao judiciário, devido à dificuldade de acesso e ao alto custo, e sugere em contrapartida, a via extrajudicial para a resolução do conflito nas redes, por ser mais rápido.

Por outro lado, Nicolas Suzor (2018) evidencia que falta entre as plataformas e os usuários algum mecanismo de resolução de disputas que respeite o princípio do devido processo, como decisões imparciais e transparentes, bem como, procedimentos que permitam que as partes recorram a um órgão independente. Contudo, em sua pesquisa que analisava 14 contratos de Termos de Uso e Serviços dos grandes provedores, sua conclusão foi de que não há formas reais de defesa, primeiramente não há mecanismos internos e imparciais dos provedores para resolução das demandas e a arbitragem pode tender a favorecer a empresa ao invés do consumidor, por fim, a maioria dos contratos exigiam que os usuários deveriam resolver o conflito na jurisdição local da plataforma.

O professor Octavio Fragata (2021) defende que para a efetividade da tutela jurisdicional no mundo digital o judiciário deve ser a última opção, devido à sua lentidão que não atende a velocidade com que os problemas se difundem nas redes. Neste sentido, indica como caminho os sistemas multi-portas, que incluem mediação, conciliação, arbitragem, negociação, mas principalmente, no seu entendimento, são mais eficazes as resoluções que adotam tecnologia para maior agilidade do processo de defesa, como as ODRs (Online Dispute Resolution) e as DSD (Dispute System Design), tendo em vista o seu baixíssimo custo, precisão e agilidade.

Quanto a essa maior obrigação e independência, que o PL nº 2.630 e a Lei Alemã impõem aos provedores privados, sem tornar claro a forma pela qual o Estado vai ser capaz de fiscalizar, controlar e, eventualmente, responsabilizar pelos danos advindos, não ficou demonstrado ser uma alternativa realmente eficaz, principalmente, se o intuito é prevenir. Mesmo que a tecnologia do Facebook e o Google sirva para identificar e excluir as *fake news*, bloquear os usuários de contas falsas que manipulam as campanhas políticas, também os beneficia a atender aos seus interesses, já que são responsáveis pelo seu próprio policiamento (MANHEIM; KAPLAN, 2019). Esse domínio sem restrições das empresas torna os direitos

dos indivíduos sujeitos à influência dos direitos corporativos, que atendem aos interesses dos acionistas, e não às disposições constitucionais. (MANHEIM; KAPLAN, 2019).

A matéria prima no capitalismo de vigilância da era digital é a captação de dados dos usuários, quanto maior sua coleta, maior será o lucro das empresas, que os utilizam para conhecer e manipular seus consumidores (SADOWSKI, 2019). A propaganda micro direcionada e a vigilância sobre as pessoas são, a partir da coleta e análise dos dados, o que vai atrair o usuário a comprar determinado produto, a não ser contemplado com determinado emprego, seguro e redução de pena, a votar em determinado candidato e a acreditar em teorias da conspiração (SADOWSKI, 2019). Os cenários econômico, social e político estão à mercê dessas manipulações, que agem em prol do poder e lucro de alguns.

Na verdade, os usuários acabam se tornando um produto devido à transferência, sem consentimento, de seus dados aos anunciantes. As pessoas são exploradas, pelos serviços “gratuitos” que essas empresas oferecem, sem que sejam respeitados seus direitos humanos e fundamentais no capitalismo de vigilância (O DILEMA..., 2020). Não há como se falar em neutralidade e imparcialidade da plataforma privada quando esta recebe incentivos financeiros para moldar o comportamento e as crenças das pessoas.

A cooperação dessas empresas privadas com as autoridades públicas a fim de garantir o cumprimento da lei, sem a devida fiscalização, pode acabar dando legitimidade às ações das plataformas (JØRGENSEN, 2019). Isso permite que as empresas possam decidir sem tanta interferência da autoridade pública, como por exemplo, na retirada de conteúdo.

Um grande projeto de cooperação entre o público-privado é a *Global Network Initiative* (GNI), fundada em 2008. A iniciativa trata-se da união e parceria de empresas de tecnologia da informação e comunicação (TIC), investidores, organizações de direitos humanos, governos e de pesquisadores, com o escopo de proteger os direitos à privacidade, acesso à informação e liberdade de expressão no âmbito de uma rede internacional. Dessa parceria adveio os Princípios e as Diretrizes de Implementação da GNI para garantir um padrão global na proteção dos direitos humanos. Para tanto, essa plataforma multisetorial compartilha aprendizados e objetivos, realiza fóruns com os governos e as instituições internacionais e desenvolveu o *Ranking Digital Rights*, promovendo mais transparência às condutas adotadas pelas plataformas, a fim de incentivar as políticas de proteção aos direitos humanos fundamentais. (GLOBAL NETWORKING INICIATIVE, 2020).

Jørgensen (2019) argumenta que os padrões corporativos que a GNI propõe às empresas não são claros, mesmo com a criação do índice *Ranking Digital Rights*. Não há medidas de fiscalização que comprovem, de maneira eficaz, se as regras aplicadas estão

combatendo o discurso de ódio, desinformação e contas inautênticas, assim como, se estão respeitando o padrão *Do Not Track*, que impede o rastreamento dos usuários para garantir que não recebam propaganda micro direcionada.

De acordo com Bauman (2016), as plataformas estão mais preocupadas em garantir o lucro com as estratégias tecnológicas de marketing do que em proteger os direitos. Desta forma, os usuários assumem um papel de ‘cidadão-clientes’, aceitam ‘Termos de Uso e Serviço’ sem consentimento e sem possibilidade real para contestação, ficando vulneráveis e dependentes frente às manipulações da plataforma. Esses termos, a rigor, não são lidos pelos usuários, pois não apresentam uma linguagem acessível e didática. Diante da não ciência e compreensão das regras que são aplicadas, não há como haver negociação entre as partes sobre esses contratos. Os interesses e direitos dos usuários não são devidamente representados e protegidos. Ressalta Nicolas Suzor (2018), que não há um constitucionalismo apropriado, no âmbito digital, para instruir quais os instrumentos necessários para limitar o poder das plataformas, aplicar sanções e proteger os direitos dos usuários.

Diante das sofisticadas técnicas de manipulação dos usuários, quanto aos objetivos políticos, está em alto crescimento um populismo, principalmente, de extrema direita no mundo atual (EMPOLI, 2019). Há uma violação extrema dos dados dos eleitores para que suas mentes sejam moldadas, com escopo alterar suas escolhas políticas, vieses ideológico e de influenciar os resultados das eleições.

Esse cenário acarretou, mundialmente, preocupações acerca da falta de medidas legislativas sobre a segurança da privacidade dos usuários na internet. Cerca de 130 países já adotam leis de proteção à privacidade de dados e quase 40 países têm projetos de lei ou iniciativas pendentes, além de assegurarem um órgão independente de proteção de dados ou uma comissão de informação que fiscaliza e aplica as regras, segundo a pesquisa do *National Comprehensive Data Protection/Privacy Laws and Bills 2019*, de David Banisar (2019).

Em setembro de 2020 entrou no vigor, no Brasil, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), nº 13.709, inspirada no Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados 2016/679 (*General Data Protection Regulation - GDPR*) da União Europeia em vigor desde 25 de maio de 2018 (BRASIL, 2018; UNIÃO EUROPEIA, 2016). Trata-se de uma iniciativa tardia, frente à necessidade de regulamentação, no ambiente digital, mas muito importante para a proteção do direito à privacidade. A regulamentação brasileira, a fim de evitar de modo eficaz o vazamento dos dados, criou a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão vinculado à Presidência da República, com autonomia técnica, para regular, orientar e fiscalizar o cumprimento da LGPD, além de agir preventivamente.

Ainda cabem avanços na regulamentação que tange a exploração do ambiente virtual e o acesso à internet. Em entrevistas conduzidas a funcionários do *Facebook* e da *Google*, Jørgensen (2019) aferiu a não existência de conexões entre limitações ou minimização da coleta de dados pelas plataformas e a privacidade dos usuários, percebendo que a esta estaria mais relacionada à capacidade dos usuários de previsão e controle de suas informações pessoais perante outros indivíduos. Na perspectiva empresarial, portanto, não foi percebido conflito entre o direito dos indivíduos à privacidade e a coleta e partilha dos dados pelas plataformas, ressalta-se ainda que a utilização do modo de navegação anônimo seria recurso suficiente de privacidade para os indivíduos. A verdadeira ameaça à privacidade dos usuários, na perspectiva dos entrevistados, seria a requisição dos dados pelo governo (JØRGENSEN, 2019).

Segundo Roger McNamee (O DILEMA..., 2020), a manipulação de debates, por parte de terceiros, não é devido essencialmente aos *hackers*. A interferência russa de 2016 sobre o processo eleitoral norte-americano, por exemplo, não se deu por meio do hackeamento do Facebook. A ação destes terceiros ao processo eleitoral ocorreu em decorrência da utilização de ferramentas que já fazem parte da própria plataforma, criadas para usuários legítimos e anunciantes. Nessa perspectiva, Sandy Parakilas (O DILEMA..., 2020) reforça a responsabilização dessas empresas, não pela prestação do serviço voltado ao lucro em si, mas devido à postura de governo que essas empresas estão assumindo diante da ausência de regulamentação.

A ausência de legislações aplicáveis tem como consequência a intensificação do capitalismo de vigilância, que invade continuamente a privacidade dos indivíduos, estes que crescentemente têm cedido seus dados comportamentais de maneira incondicional, entregando recursos comercializados pelas plataformas, que pouco cedem e muito arrecadam. Para essa manifestação do capitalismo, intrínseca à sua forma selvagem manifesta no século XXI, problemática em cenário global e que requer uma solução de mesma magnitude. Cabe o estabelecimento de uma declaração dos direitos humanos nos espaços digitais, responsável pela proteção dos indivíduos frente aos atores dominantes e àqueles que comercializam dados (SAMPAIO; FURBINO; MENDIETA, 2020).

Considerando que os referidos problemas dialogam com a comercialização de informações e com a agência de atores dotados de interesses financeiros, deve-se buscar um caminho que se apresente na mesma linguagem, a financeira. Nesse sentido, a ausência de regulamentações corrobora para o não estabelecimento de procedimentos de fiscalização por parte das empresas. Jaron Lanier (O DILEMA..., 2020) afirma que a imposição de taxas sobre

a coleta e utilização de dados das plataformas, além de ser uma motivação econômico-fiscal, serviria como meio para impedir a acumulação massiva de dados atualmente.

A rápida evolução tecnológica acarreta grandes dificuldades na adaptação da legislação, para acompanhar e regular as transformações que estão em curso. Em contrapartida, a ausência de uma iniciativa legal, por sua vez, privilegia as plataformas em detrimento da proteção dos usuários, que servem como ‘fonte de extração’ de dados. Nesse cenário, o Projeto de Lei das Fake News, apesar de ser uma importante iniciativa, carece de alterações essenciais para que melhor se adeque à realidade dos fatos e não precarize a proteção dos direitos que visa proteger.

4.3.4 Medidas do Tribunal Superior Eleitoral (TSE)

A circulação de uma *fake news* pode fazer um grande estrago, caso não seja combatida a tempo. Devido à rápida disseminação da desinformação na internet, agir preventivamente é uma tática fundamental para impedir a manipulação dos usuários contra as instituições democráticas. O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) optou por agir preventivamente e está criando parcerias com as plataformas com maiores índices de propagação de *fake news* por atores populistas.

Por mais que, para Edilene Lôbo (ALGOLATR.IA, 2021), o primeiro passo seja a colaboração das plataformas com a justiça eleitoral em prol da manutenção das eleições e da democracia, evidencia que é ilusório que o judiciário seja capaz de resolver de forma preventiva e reverter as consequências da desinformação em tempo hábil. Assevera ainda que, um dos grandes desafios ao TSE para aplicar as sanções é a prolação probatória que vincula o candidato à prática ilícita, principalmente, quanto às milícias digitais que, a rigor, estão fora do alcance dos instrumentos de fiscalização nacionais, pois utilizam serviços importados.

O TSE, por falta de provas suficientes que comprovassem os disparos massivos de desinformação no aplicativo de comunicação WhastApp durante as eleições presidenciais de 2018, decidiu por arquivar as duas Ações de Investigação Judicial. Ambas propostas pela coligação O Povo Feliz de Novo, que tinha como escopo cassar os mandatos de Jair Bolsonaro, Presidente da República, e do seu Vice, Hamilton Mourão, alegando que a campanha dos acusados financiou a desinformação do WhatsApp com o uso de identidades fraudadas de idosos para angariar chips de celulares e iniciar a cadeia de impulsionamento. (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2021)

Apesar de decidir pela improcedência das investigações, o tribunal estabeleceu a tese de que esse tipo de estratégia acarreta em abuso de poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação, à luz do art. 22 da Lei Complementar de Inelegibilidade nº 64 de 1990. O fundamento da tese se faz importante no auxílio de julgamentos futuros neste âmbito e conforme o ministro do STF Luís Roberto Barroso, referida decisão ajudará a fortalecer a democracia, ao tentar dirimir as ações ilegais que disseminam desinformação, teorias da conspiração e discursos de ódio, que afetam gravemente o debate público. Acrescentou o ministro Edson Fachin, que mesmo diante da desproporção entre as condutas ilegais com avanço da tecnologia e a ação do judiciário, este órgão não ficará inerte e sujeito à essas artimanhas criminosas para manipular a mente do eleitorado. (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2021)

Para tanto, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em parceria com a rede social do Twitter, visa alertar e informar os usuários quanto à desinformação em massa nas eleições de 2022. A ideia já foi posta em prática nas eleições americanas, com banners, que alertavam a probabilidade de ser *fake news* determinado conteúdo postado. A iniciativa, nos EUA, chegou até a excluir alguns perfis disseminadores de desinformação. Contudo, as medidas não se mostraram muito eficazes, tendo em vista que foram criadas depois de uma elevada quantidade de *fake news* já ter sido compartilhada. A partir dessa falha, o TSE e Twitter, de modo preventivo, já estão adicionando alertas que direcionam os internautas para informações seguras. Por enquanto, há apenas alertas quanto a segurança da urna eletrônica e as inverdades acerca desse sistema, contudo, se comprometeram a disponibilizar mais informações de conscientização durante o ano eleitoral (SOARES, 2021):



Fonte: SOARES, (2021)

Além disso, o TSE está cogitando suspender o aplicativo de mensagens Telegram durante o período das campanhas eleitorais de 2022, tendo em vista a não resposta do diretor executivo do aplicativo, Pavel Durov, ao ofício do ministro Luís Roberto Barroso, quando propôs uma cooperação da empresa com a justiça eleitoral. (DIREITO NEWS, 2022; TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2022)

A iniciativa do Tribunal advém da preocupação acerca do alcance da plataforma, já acessada em 53% dos smartphones do país, e por estar sendo palco de disseminação de desinformação, discursos de ódio e teorias da conspiração sem qualquer controle ou fiscalização. Também, justificou a possível suspensão devido ao fato da empresa não poder receber e acatar ordens judiciais, pois até então, não tem representação legal no Brasil. Juridicamente, a fundamentação se baseia no disposto da Lei das Eleições de 1997 e na resolução do TSE sobre propaganda eleitoral. (DIREITO NEWS, 2022; TSE NOTÍCIAS, 2022)

Porém, alguns especialistas, como Yasmin Curzi e Carlos Affonso Souza estão criticando a medida, considerando drástica, por violar o direito da liberdade de expressão, ao preocupar-se apenas com o aspecto da desinformação nas eleições, sem considerar que há pessoas que dependem do aplicativo para outras finalidades, ademais, pontuam que há falta de

lei específica para fundamentar a decisão. Apesar do aplicativo não ser ilícito, alguns dos seus conteúdos são, e se nenhuma medida for tomada para o combate desses eventos é possível que haja um abuso da liberdade de expressão, pois o Telegram, diante da inércia da justiça, pode acabar coadunando com essas condutas. (DIREITO NEWS, 2022; TSE NOTÍCIAS, 2022)

Ainda que o poder judiciário busque amparo para a decretação do bloqueio no Marco Civil da Internet e na Lei Eleitoral, o que realmente pode intimidar o Telegram é o Projeto de Lei das Fake News, 2.630/2020, em seu artigo 32, que prescreve a necessidade da empresa de mensageria ter sede e um representante legal no Brasil. Diante disso, há outras medidas menos agressivas que o bloqueio, tais como, aplicações de multas e ordens judiciais. (CARVALHO, 2022)

O Telegram já foi bloqueado em outros países como Rússia, de 2017 a 2020, por se recusar a passar informações dos usuários; em Cuba, devido aos protestos sociais contra o regime, em julho de 2021; na China, como medida para conter os protestos na rede social. Em todos os casos, o Telegram não chegou a tentar resolver as questões com o governo dos países, pois suas diretrizes e política de privacidade tem como princípio a proteção da liberdade de expressão e privacidade do usuário, apenas interferem no caso de uso ilegal de *bot* e terrorismo. (TILT, 2022)

No Brasil, não é atípico o bloqueio de empresas de comunicação digital que não dialogam com a justiça, referida medida já ocorreu em 2006 com o YouTube, em 2014 com o Secret e, em 2015 e 2016, o WhatsApp ficou bloqueado durante horas. No caso do Telegram, há uma barra de buscas que possibilita ao usuário encontrar grupos de diversos assuntos, sem criptografia ao contrário do WhatsApp, o que torna mais fácil deparar com grupos que compartilham desinformação, discursos de ódio e teorias da conspiração. (TILT, 2022)

Portanto, se faz necessário que as autoridades brasileiras priorizem medidas viáveis e de modo urgente, pois quando se trata de desinformação nas redes sociais, fica quase impossível reparar o dano antes que consequências mais severas ocorram. Agir preventivamente no contexto eleitoral é de suma importância para que a vítima não seja um dos valores mais caros do Estado de Direito Brasileiro, a democracia.

4.4 Estratégia *Follow the Money* (Siga o dinheiro)

Se discute pouco sobre financiamento e publicidade de *fake news*. A publicidade, a rigor, trata-se de anunciar algo, mas no sentido jurídico significa tornar algo público. A validade de uma lei deixou de ser apenas a vontade do rei. O Código Hamurabi, por exemplo,

detinha suas leis empalhadas numa pedra em praça pública, pois para ser válido tinha que ser público. Da mesma forma, funciona o Diário Oficial no Brasil. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

Conhecimento é algo muito valioso e, para além disso, deter os meios que divulgam informação é ter poder. A igreja detinha tanto o conhecimento quanto os seus meios de produção, o que tornava a informação restrita apenas a determinados grupos da sociedade. Isso passa a mudar com a industrialização da publicidade, processo do qual se originou a imprensa, um advento que mercantilizou a informação, mas também a tornou mais acessível. A confiança que determinada marca carrega está intrinsecamente relacionada com o tipo de publicidade que ela financia. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

Neste tema, importa diferenciar veículo de comunicação e mídia ou meio. A Mídia é a forma de comunicação de uma linguagem ou um conjunto de códigos específicos, como por exemplo, televisão, rádio, revista, jornal, enquanto que o veículo de comunicação é a empresa que atua naquele meio, como por exemplo, a Rede Globo, a Uol. Quanto à internet, trata-se de uma mídia, pois tem sua própria linguagem e não é uma empresa, já as redes sociais, como o Facebook, são veículos de comunicação. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

O que houve foi uma evolução do mesmo modelo jornalístico e publicitário, que saiu do impresso e foi para o mundo digital. Começou com o jornal, depois veio a revista, que só era acessível aos leitores assinantes ou compradores avulsos. Adotava-se uma linha de pensamento político como mercadoria, em conformidade com o público-alvo. Por outro lado, Assis Chateaubriand, conhecido como Cidadão Kane brasileiro, foi um grande jornalista que na década de 60, possuía a maior rede de mídia da América Latina, que adotou uma estratégia que revolucionou a imprensa, ao aumentar o público-alvo com um conteúdo que fosse ‘imparcial’, ou seja, uma mídia que apresentava múltiplas visões. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

Em seguida, com a chegada da rádio, rompe-se com a ideia de que a informação só estaria acessível aos assinantes. A partir desta mídia os consumidores não pagam e sim os anunciantes. Além de ser a primeira mídia eletrônica, democratizou ainda mais o acesso à informação, abarcando também o público analfabeto. A rádio e a televisão cobram conforme o tempo que o anúncio vai durar e para auferir a audiência existiam mecanismos como o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística) e o IVC Brasil (Instituto Verificador de Comunicação), assim os anunciantes podiam ter mais transparência sobre o serviço que estão comparando. Neste ponto, a produção de conteúdo evolui da industrialização, editoração,

massificação para a datatificação, ao passo que a audiência se transforma em métricas numéricas. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

Quanto às empresas, no âmbito da internet, como o Google, Facebook e Youtube, não há esse tipo de transparência já que elas são responsáveis por sua própria fonte de métricas, sem que haja uma auditoria externa. A relação de confiança que o anunciante tinha com a empresa foi se perdendo, na era digital, anunciar é mais fácil e barato, então o anunciante passou a se importar mais com os números do que com a empresa que estava financiando, ainda que fossem veículos de comunicação disseminadores de *fake news*. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

Em 2017, foi criado o novo Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), a partir da Lei nº 13.487/2017, que modificou alguns dispositivos da Lei das Eleições, nº 9.504/1997, e da Lei dos Partidos Políticos, nº 9.096/1995 (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2017). O objetivo era cortar as doações realizadas às campanhas eleitorais por parte de pessoas jurídicas, uma vez que o STF entendia a conduta como inconstitucional, pois direcionava a política mais para um abuso do poder econômico (ADI 4.650/2015). Assim, as eleições presidenciais de 2018 estrearam a nova regulamentação do ‘Marketing Zero’, a utilização de um marqueteiro passa a ser ultrapassada. Jair Bolsonaro alcançou o primeiro lugar nas intenções de voto apenas adotando uma nova estratégia de comunicação: o uso das redes sociais para angariar votos. Os eleitores de Bolsonaro eram os que mais tinham acesso à internet, totalizando 81%, dos quais 79% usavam o WhatsApp e 40% compartilhavam conteúdos políticos, contra 72% do Ciro Gomes (PDT), 60% da Marina Silva (Rede), 59% do Fernando Haddad (PT) e 53% do Geraldo Alckmin (PSDB). Outros fatores que contribuíram para o crescimento da política nas plataformas digitais foram: (1) a falta de credibilidade do eleitor nos políticos e no governo, algo que um marqueteiro não consegue alterar; (2) os eleitores estavam em busca de candidatos movidos por atitude, buscava-se mais algo voltado para satisfazer o emocional do que a razão; (3) a duração da campanha reduziu para a metade do tempo, de 90 dias para 45; (4) os comerciais na televisão também reduziram de 40 dias para 35, ademais 49% dos eleitores não tinham interesse em acompanhar o horário eleitoral televisivo; (6) a tecnologia possibilitou uma campanha mais barata e eficiente do que com a contratação de um marqueteiro, sem o uso de equipamentos sofisticados de câmeras e som, reduzida somente a um smartphone. (PINTO, 2018)

O art. 323 do Código Eleitoral prevê como crime a divulgação, na propaganda, de fatos que se sabem inverídicos, em relação a partidos ou candidatos e capazes de exercerem influência sobre o eleitorado. Também, a Lei nº 9.504/97 veda o impulsionamento de

conteúdos e ferramentas digitais, mesmo que gratuitas, para alterar o teor ou repercussão da propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros. O marco civil da internet regula o uso da internet no Brasil, protegendo os direitos à liberdade de expressão, o exercício da cidadania em meios digitais, a pluralidade, entre outros. Neste sentido, a Lei de Proteção de Dados, nº 13.709/2018, para proteger os direitos fundamentais de privacidade e liberdade, dispõe sobre o tratamento dos dados pessoais, abrangendo também o âmbito digital.

O comportamento organizado é algo democrático. Nas manifestações, as pessoas dividem paixões e lutas e agem em prol delas. O problema são os movimentos inautênticos e extremistas. As teorias da conspiração, o discurso de ódio e a desinformação trazem maior interação, por isso os algoritmos das redes maximizam esses tipos de assuntos. Está ficando cada vez mais exaustivo verificar as informações e as pessoas, a rigor, também não o fazem. A *fake news* está tão organizada que conta um gabinete do ódio e a SECOM (Secretaria da Comunicação), criada na época da ditadura militar no Brasil. Os políticos estão investindo em equipes de comunicação para divulgação de conteúdos nas redes sociais, ao invés dos meios tradicionais, pois na internet a postagem viraliza, alcançando um público maior. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

Os propulsores da desinformação são as grandes empresas e não um usuário mal informado que compartilha algum conteúdo enganoso. A raiz do problema é a campanha intencional de *fake news*. O objetivo deve ser encontrar essa indústria e não focar no conteúdo. E com a existência de mecanismos para a identificação de robôs no Twitter, por exemplo, essa indústria tem ficado cada vez mais cara, o que obriga a empresa a contratar pessoas, e o engajamento nos grupos com a disseminação de memes está durando menos, requisitando maiores investimentos financeiros para gerar maior popularização. (MORGADO; MACAHADO; MENEZES; STEIBEL, 2020)

A estratégia *follow the money*⁵⁶ (siga o dinheiro), de acordo com o advogado especialista em direito digital, Ronaldo Lemos (2020), apresentou ser uma ação eficiente no combate às *fake news*. O perfil do Sleeping Giants Brasil, no Twitter, mapeou parte do dinheiro que financiava essa indústria.

O Sleeping Giants Brasil foi criado pelos estudantes da graduação em direito, Leonardo de Carvalho Leal e Mayara Stelle, e é assessorado pelo grupo de advogados e jornalistas, Rede Liberdade, de forma gratuita, que age em prol da liberdade de expressão e proteção dos

⁵⁶ A expressão “follow the money” (siga do dinheiro) foi popularizada pelo filme “Todos os Homens do Presidente” (1976), que conta a derrocada do presidente Richard Nixon e o papel do bom jornalismo para isso. Seu significado é simples: várias formas de corrupção política podem ser desvendadas examinando as transferências financeiras entre as partes envolvidas. Com as fake news, é a mesma coisa. (LEMOS, 2020)

direitos humanos. Atualmente, possui cerca de 488 mil seguidores. O perfil do Twitter foi reconhecido pelo Sleeping Giants dos EUA, desenvolvido por Matt Rivitz, como um movimento oficial, no Brasil, para o rastreamento de desinformação. O objetivo da iniciativa é alertar os anunciantes, que investem em páginas que disseminam *fake news* e discursos de ódio, para que não contribuam com a atividade ilegal desses veículos. Segundo os criadores, o perfil age de forma imparcial, mas têm percebido um aumento na disseminação de desinformação pela extrema direita (BERGAMO, dez, 2020). O anunciante não quer ter sua marca associada a um site ou perfil que dissemine *fake news*, então tende a retirar seu financiamento, bem como, os alertas podem repercutir socialmente para que os poderes públicos procedam as investigações e medidas necessárias à responsabilização dos criminosos.

Contudo, a iniciativa possui limitações, por isso, a importância da participação dos poderes do Judiciário, Executivo e Legislativo para que acionem as medidas necessárias mais rapidamente e, que, além de identificar os agentes, apliquem-lhe as sanções cabíveis. Nesse sentido, o professor de marketing e comunicação política, Marcelo Vitorino (2019), defende também o trabalho conjunto dos três poderes, tendo em vista que o crucial na campanha eleitoral é o tempo, e a *fake news*, na verdade, é um instrumento para não dar tempo ao adversário a uma defesa, depois de manchar-lhe a imagem. Trata-se de sufocar o debate democrático até que o tecnopopulista assuma o poder.

5 CONCLUSÃO

A história mostra as sutis semelhanças do populismo de cada época, antes, uma incógnita, para alguns, até algo positivo e, recentemente, para a maioria dos autores, o câncer da democracia. Trata-se de um fenômeno que atinge esquerda, direita e centro, tanto de países desenvolvidos quanto os em desenvolvimento, pois se relaciona a uma imaturidade política dos eleitores, dos candidatos, dos partidos e das próprias instituições do Estado.

E como se depreende da história, o populismo vem se repetindo, basta determinados problemas ressurgirem, como as crises econômicas, o alto desemprego, as crises de representação política e a criminalidade, para que um eloquente político apareça com as soluções mágicas. Diante desse quadro, parece que se é vítima do sistema, quando o desespero chega, e a solução fácil vem com o candidato herói, o *outsider*, diferente de todos, aquele que fala justamente o que se quer ouvir, e vem cobrando um preço alto. Não é possível alterar o passado, mas sim aprender com ele para aprimorar o presente e melhorar o futuro.

As pesquisas têm um papel fundamental neste cenário caótico da política, pois tentam compreender a causa do problema e criar soluções. A equipe de pesquisadores do Team Populism tem como escopo impedir que líderes populistas assumam o poder e, para tanto, buscam identificar o populismo, analisando os discursos dos candidatos, as opiniões dos eleitores, e dos cientistas políticos.

A importância deste trabalho é tanta que o projeto vem alcançando uma proporção mundial. Ocorre que, no Brasil, segundo Nina Wiesehomeier, o projeto teve muita dificuldade para fazer entrevistas com os políticos, assim como para questionar as pessoas, posto que, diante do número grande de partidos no país, o eleitor não consegue falar sobre todos ou se quer conhecê-los.

Mesmo com alguns obstáculos, as pesquisas do Team Populism são mais avançadas que as brasileiras nesta área. Conforme, o professor Luciano Rennó, no Brasil, há uma dificuldade de desenvolver este tipo de pesquisa pela falta de subsídio, apoio do Estado e até mesmo pelo desinteresse da população.

Algumas questões que corroboram a continuação do populismo no Brasil é a democracia delegativa, consequência da fantochização democrática, que impede a escolha real da população. O desafio consiste, também, em enfrentar a democracia inercial, que impede a ascensão democrática no país, pois, no sentido oposto, requer a volta de um passado autoritário. Por isso, há a necessidade de promover uma democracia deliberativa, de modo

que, haja a rearticulação dos espaços públicos, trabalhando para além dos métodos tradicionais de participação popular.

A tecnologia veio com a possibilidade de aprimorar os serviços das instituições democráticas, facilitar e aumentar a participação social. Contudo, na era digital, o que seria um avanço, em parte, foi maculado por atores populistas em benefício da manutenção do seu próprio poder. A este fenômeno que une as características tradicionais do populismo à tecnologia, denomina-se tecnopopulismo. Trata-se da manipulação do debate público e da ameaça às instituições democráticas, fundamentalmente, pelo instrumento das *fake news* nas plataformas digitais, com o intuito de propagar a desinformação e manipular o voto do eleitor.

Para evitar a ascensão desse estilo político manipulador cabe, primeiramente, compreender o funcionamento da indústria de desinformação. A começar pela terminologia ‘*fake news*’ que não abarca a complexidade do problema. Mas a rigor, ainda é a melhor definição por ora, para diferenciá-las da mera opinião e do erro jornalístico, pois é a intenção do agente em disseminar o dano e a repercussão pública, que faz das *fake news* as inimigas a serem combatidas. Além disso, as diversas categorias que podem auxiliar na identificação de determinada desinformação, tais como, os que captam a intenção, *misinformation*, *desinformation* e *malinformation*, e as categorias que analisam o tipo e a gravidade, como a sátira ou paródia, a conexão falsa, o conteúdo enganoso, o contexto falso, o conteúdo impostor, o conteúdo manipulado e o conteúdo fabricado, por fim, as *deep fakes*, como o formato mais agressivo de uma *fake news*.

A partir da coleta e análise dos dados, nas plataformas digitais, sem o consentimento dos usuários, os atores populistas, amparados por empresas especializadas nesse serviço ilícito, compartilham em massa conteúdos com discurso de ódio, teorias da conspiração e desinformação, a fim de beneficiar um grupo ou candidato contratante, prejudicando a imagem de adversários e atacando as instituições democráticas. Essa estrutura é compreendida como uma milícia digital e seu rastreamento para aplicação de determinada sanção não é tarefa simples.

A educação midiática apresenta-se como uma alternativa para a imunização do usuário contra a tática psicológica e discursiva das *fake news*, que busca chamar a atenção do leitor internauta e influenciar suas crenças. O desenvolvimento de ceticismo emocional, pensamento crítico, campanhas de conscientização e letramento digital são essenciais para que o usuário questione, verifique e identifique um conteúdo enganoso. Este caminho é lento, mas deve sempre estar em pauta nos projetos de políticas públicas.

Para auxiliar na detecção de *fake news* uma iniciativa que tem se mostrado promissora

é o trabalho das agências de checagem de fatos e do uso da inteligência artificial. As agências, em parceria com veículos de comunicação confiáveis, auxiliam na verificação do conteúdo na internet e promovem, também, campanhas informativas em época de eleição. Ainda assim, devido à rápida propagação de uma *fake news* através de robôs, essas empresas não conseguem verificar, de maneira rápida, um grande volume de desinformação. Por isso, apesar da tecnologia para tal fim ser uma ferramenta de complexa construção, o seu uso pode acelerar o processo de detecção do conteúdo falso. Outro obstáculo é que a inteligência artificial nem sempre consegue captar as nuances da linguagem, e alguns fatores como ironia e contextos são difíceis de serem compreendidos pela máquina.

As propostas regulatórias, como o Projeto de Lei 2.630/2020, as investigações perante o judiciário, como o TSE e o STF, são imprescindíveis para fiscalizar, regular e aplicar eventuais sanções no caso de descumprimento da lei ou da ordem judicial. As redações e decisões que não se adequem à realidade dos fatos podem acabar indo na contramão dos direitos ao qual a esfera Constitucional se propõe a defender para a manutenção da democracia, como a liberdade de expressão, o acesso à informação e o direito à privacidade. Um dos desafios para os três poderes, Legislativo, Executivo e Judiciário, é dizer quais são os limites da liberdade expressão a fim de punir os agentes que abusam desse direito, sem que apliquem sanções desproporcionais aos responsáveis e às plataformas digitais.

As parcerias entre o TSE e os veículos de comunicação tornou-se uma medida importante no combate preventivo à desinformação nas eleições. Enquanto que, a estratégia *follow the money* (siga o dinheiro) destaca-se dentre as soluções por atingir diretamente a indústria das *fake news*, desenvolvida por atores populistas no cenário político. São atributos dessa iniciativa encontrar caminhos para rastrear as milícias digitais e cortar a sua fonte de financiamento. Contudo, as formas pelas quais esses agentes se ocultam, principalmente, quando a influência está fora dos limites do território nacional, dificulta o trabalho investigativo no desvendamento dessas indústrias.

O tecnopopulismo é a evolução do populismo tradicional, após o avanço das tecnologias da comunicação e informação, que possibilitaram sua ascensão mais rápida e alastradora. Trata-se de um câncer para as democracias mesmo diante daquelas mais consolidadas. Os crimes cibernéticos e as *fake news* fazem parte da nova realidade política, social e econômica da sociedade brasileira, bem como, do mundo globalizado. Em defesa dos direitos humanos/fundamentais e do Estado Democrático de Direito, não há alternativa, se não, debruçar-se sobre soluções para combater esses novos desafios.

REFERÊNCIAS

- ABBOUD, George; NERY JR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (org.). **Fake News e Regulação**. 2 revista, atualizada e ampliada. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. p. 161-192. ISBN 9786550653743.
- AGÊNCIA PÚBLICA (ed.). **Agência de Jornalismo Investigativo**. [S. l.], 20 jan. 2022. Disponível em: <https://apublica.org/chechagem/>. Acesso em: 20 jan. 2022.
- AGGIO, Alberto. **As múltiplas vigências do populismo**. Temas & Debates; Fundação Astrojildo Pereira, Brasília, DF, out. 2017. Disponível em: www.fundacaoastrojildo.com.br/2015/2017/10/28/alberto-aggio-as-multiplas-vigencias-do-populismo-2/. Acesso em: 01 maio 2019.
- AIETA, Vania Siciliano. **Verberte “Democracia”**. In: BARRETO, Vicente de Paulo (org.). *Dicionário de Filosofia do Direito*. Unisinos: São Leopoldo, p.190-195, 2006.
- ALGOLATRIA. **Diálogos Online: Constitucionalismo Digital e Processo Eleitoral Democrático**. [S. l.: s. n.], 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qlb7KCSqw38>. Acesso em: 28 fev. 2022.
- ANDRADE, Ricardo César de. **O conceito de populismo nas ciências políticas sociais latino americanas**. *Estudos de História*, Franca, SP, v.7, n. 2, p. 69-84. Jul, 2000.
- ANDREADIS, Ioannis. **Measuring Authoritarian Populism with Expert Surveys: Extending CHES estimates on populism and authoritarianism**. Aristotle University of Thessaloniki, 29 de maio de 2018.
- BALDI, Vania. **Populismo digital: polarização e viralização do discurso político em rede**. In: Nuño, Concha Langa, et al. *Movimientos Populistas En Europa: La Actualización Del Discurso Totalitario En Los Medios De Comunicación Actuales Y Su Repercusión En La Opinión Pública*. Ediciones Egregius, 2018.
- BANISAR, David. **National Comprehensive Data Protection/Privacy Laws and Bills** 2019. 30 nov. 2019, atualizado: 05 dez. 2019. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1951416#. Acesso em: 28 set. 2020.
- BAQUERO, Marcello. **Democracia Inercial: assimetrias entre economia e cultura política na América Latina**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.
- BAQUERO, Marcello. **Populismo e neopopulismo na América Latina: o seu legado nos partidos e na cultura política**. *Sociedade e Cultura*. v. 13. n. 2, p. 181 a 192, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Babel: entre incerteza e a esperança**. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: ed. Zahar, 2016.
- BBC NEWS BRASIL. **Inquérito do STF sobre fake news: entenda as polêmicas da investigação que provoca atrito entre Bolsonaro e a Corte**. BBC News Brasil, 27 de maio de 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52824346> > Acessado em: 15 jun. 2020.

BBC. **Brasileiros criam algoritmo que detecta fake news.** G1, [S. l.], p. s.p, 23 fev. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/02/23/brasileiros-criam-algoritmo-que-detecta-fake-news.ghtml>. Acesso em: 28 fev. 2022.

BERGAMO, Mônica. Sleeping Giants é formado por casal de 22 anos do interior do Paraná. **Folha de São Paulo**, [S. l.], p. s.p, 12 dez. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2020/12/sleeping-giants-sai-do-anonimato-em-entrevista-a-folha.shtml>. Acesso em: 1 mar. 2022

BEYOND CITIZEN KANE. Direção: Simon Hartog. Produção: John Ellis. Reino Unido: Large Door Ltd, 1993. Disponível em: < https://m.youtube.com/watch?v=FCuuptHuI_E > Acesso em: 25 jun. 2020.

BODEA, Miguel. **Trabalhismo e populismo no Rio Grande do Sul.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1992.

BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis; LOBO, Edilene. **A democracia corrompida pela surveillance ou uma fake democracia distópica.** In: BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis (Org.). A Democracia Sequestrada. São Paulo: Tirant lo Blanch. 2019a, p. 27-42. Bolzan de Moraes, J. L., & Lobo, E. (2019b). Rule of Law, New Technologies and Cyberpopulism. Revista Justiça Do Direito, 33(3), p. 89-115.

BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis; LOBO, Edilene. **Democracia algorítmica: o futuro da democracia e o combate às milícias digitais no Brasil.** Revista Culturas Jurídicas, Vol. 7, Núm. 17, mai./ago., 2020

BOLZAN DE MORAIS, Jose Luis. **A democracia desinformada: eleições e fake news.** Porto Alegre: Livraria de Advogado, 2021.

BRANDZ. **Top 100 most valuable global brands 2019 report.** 2019. Disponível em: <https://www.brandz.com/admin/uploads/files/BZ_Global_2019_WPP.pdf>. Acesso em: 28 nov. 2020.

BRASIL. Constituição (1946). **Constituição dos Estados Unidos do Brasil de 18 de setembro de 1946.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao46.htm > Acesso em: 27 jun. 2020.

BRASIL. Constituição (1967). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1967.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao67.htm > Acesso em: 27 jun. 2020.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm > Acesso em: 27 jun. 2020.

BRASIL. **Lei 12.965 de 23 abr. 2014.** Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/12965.htm > .Acesso em: 30 mai. 2020.

BRASIL. **Lei 13.709 de 14 ago. 2018**. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm > .Acesso em: 30
 mai. 2020.

BRASIL. **Lei 4.737 de 15 jul. 1965**. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737.htm > .Acesso em: 30 mai. 2020.

BRASIL. **Lei 9.504 de 30 set. 1997**. Disponível em: <
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm > .Acesso em: 30 mai. 2020.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13709.htm>. Acesso em: 30 mai. 2020.

BRASIL. **Projeto de Lei 2.630 de 30 junho. 2020**. Disponível em: <
<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944> > .Acesso em: 26 jun.
 2020.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Tribunal Pleno). **Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental 130 Distrito Federal**. Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental (ADPF). Lei de imprensa. [...]. Regime constitucional da "liberdade de informação jornalística", expressão sinônima de liberdade de imprensa. A "plena" liberdade de imprensa como categoria jurídica proibitiva de qualquer tipo de censura prévia. [...]. Peculiar fórmula constitucional de proteção a interesses privados que, mesmo incidindo a posteriori, atua sobre as causas para inibir abusos por parte da imprensa. Proporcionalidade entre liberdade de imprensa e responsabilidade civil por danos morais e materiais a terceiros. [...]. A imprensa como instância natural de formação da opinião pública e como alternativa à versão oficial dos fatos. Proibição de monopolizar ou oligopolizar órgãos de imprensa como novo e autônomo fator de inibição de abusos. [...]. Não recepção em bloco da Lei nº 5.250/1967 pela nova ordem constitucional. Efeitos jurídicos da decisão. Procedência da ação. Relator: Ministro Carlos Britto, 30 de abril de 2009. Disponível em: <<http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>>. Acesso em: 27 jun. 2020.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Mandado de Segurança nº37.082/DF – Distrito Federal**. Relator: Ministro Gilmar Mendes. Pesquisa de Jurisprudência, 05 de maio de 2020. Disponível em: < <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/despacho1097720/false> >. Acesso em: 10 jun. 2020.

BUCCI, Eugênio. **Seriam as fake news mais eficazes para campanhas de direita? – uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil**. Novos Olhares - Vol.8 N.2, 2019.

CALLIHAN, Konnor, **The Opaque Operations of 21st Century Populism**. Capstone Projects and Master's Theses. 793, 2020.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 1077/2015, de 8 de abril de 2015**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "Educação e Segurança Digital". Apensado ao PL 3380/2015, [S. 1.], 2015. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/1199090>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 2630/2020, de 2 de abril de 2019.** Institui a Semana Nacional de enfrentamento a Fake News, a ser comemorada, anualmente, em todo o território nacional na primeira semana de abril e Cria o Dia Nacional de enfrentamento as Fake News a ser comemorado todo dia 1 de abril de cada ano e dá outras providências. Apensado ao PL 2630/2020, [S. 1.], 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2196504>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 2630/2020, de 3 de julho de 2020.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. PL 2630/2020, [S. 1.], 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 3063/2020, de 4 de junho de 2020.** Estabelece normas de transparência, educação, formação do pensamento crítico e ampla informação para o combate à desinformação no país. Apensado ao PL 3063/2020, [S. 1.], 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2254585>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 559/2019, de 7 de fevereiro de 2019.** "Acrescenta parágrafo ao artigo 26 da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, para dispor sobre a necessidade de inclusão, no currículo escolar do ensino fundamental e do ensino médio, de disciplina sobre a utilização ética das redes sociais - contra a divulgação a divulgação de notícias falsas (Fake News)". PL 559/2019, [S. 1.], 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2191472>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 7629/2017, de 16 de maio de 2017.** Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da rede de ensino a obrigatoriedade da temática "Educação Digital". PL 7629/2017, [S. 1.], 2017. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2137467>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CAMBRIDGE WORDS. **Cambridge Dictionary's Word of the Year 2017.** Cambridge Dictionary, 29 de nov. de 2017. Disponível em < <https://dictionaryblog.cambridge.org/2017/11/29/cambridge-dictionary-word-of-the-year-2017/> > Acesso em: 22 de jun. de 2021.

CANALTECH. **O que é Big Data?.** CanalTech: [21-]. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/big-data/o-que-e-big-data/>> Acesso em: 26 jun. 2020.

CAPELATO. Maria Helena Rolim. **Estado Novo: novas histórias.** In: FREITAS, Marcos Cezar de. *Historiografia brasileira em perspectiva.* São Paulo: Contexto, 1998.

CARVALHO, Lucas. Tilt Uol. In: UOL. **Bloqueio do Telegram é exagero, mas não é surpresa, dizem especialistas.** [S. 1.], 18 mar. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/03/18/bloqueio-do-telegram-e-exagero-mas-nao-e-surpresa-dizem-especialistas.htm>. Acesso em: 28 fev. 2022.

CASTRO, Leandro Nunes de. **Computação e desinformação: Tecnologias de detecção de desinformação online.** In: RAIS, Diogo (coord.). *Fake News: A conexão entre a desinformação e o direito.* 2 revista, atualizada e ampliada. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil Conteúdo E Tecnologia LTDA, 2020. ISBN 9786550654115.

CERQUEIRA, Diego. **Estratégias na prática: fact checking e análise de bots**. In: GUIMARAES, Thayane. Curso - Fake News e Campanhas eleitorais: estratégias e ferramentas de ação. Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS): jul. 2020.

CITIZEN KANE. Direção: Orson Welles. Estados Unidos: Mercury Productions, 1941.

CONGRESSO NACIONAL. **Projeto de Lei nº 2630/2020, de 3 de julho de 2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. PL n.2630/2020, [S. l.], 3 jul. 2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=node08x7lhu5awtj0133wwwuul4uyib34234599.node0?codteor=1909983&filename=PL+2630/2020. Acesso em: 28 fev. 2022.

CONROY, Nadia K.; RUBIN, Victoria L.; CHEN, Yimin. **Automatic deception detection: Methods for finding fake news**. ASIS&T: Association for Information Science & Technology, [s. l.], 24 fev. 2016. DOI <https://doi.org/10.1002/pra2.2015.145052010082>. Disponível em: <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/pra2.2015.145052010082>. Acesso em: 20 jan. 2022.

CONTI, Mario Sérgio. **O Dono do Mundo**. Folha de São Paulo, [1.999?]. Disponível em: < https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/tv_17.htm > Acesso em: 21 jun. 2020.

COSTA, Leonard Chirsty Souza. **Efeito Bolsonaro: anatomia do autoritarismo**. In: SILVEIRA, Éderson Luís. Os efeitos do autoritarismo: práticas, silenciamento e resistências (im)possíveis. São Paulo: Pimenta Cultural, Cap. 1. p. 13-36, 2018.

COX, Michael. **The rise of populism and the crisis of globalisation: Brexit, Trump and beyond**. Irish Studies in International Affairs, 28. pp. 9-17, 2017.

CRUZ, Álvaro Ricardo de Souza. **Estado de Direito e Estado de Exceção**. Na Pós-Graduação em Direito da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2020

CUNHA, Ana Rita. **Estratégias na prática: fact checking e análise de bots**. In: GUIMARAES, Thayane. Curso - Fake News e Campanhas eleitorais: estratégias e ferramentas de ação. Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS): jul. 2020.

DIGITAL FUTURE SOCIETY. **Dealing with disinformation: Strategies for digital citizen empowerment**. Digital Future Society, may, 2020.

DINIZ, Antonio Carlos. **Verbete “Legitimidade”**. In: BARRETO, Vicente de Paulo (org.). Dicionário de Filosofia do Direito. São Leopoldo: Unisinos, 2006, p. 514-517.

DIREITO NEWS. **Sem diálogo com o Telegram, Barroso quer barrar uso do aplicativo nas eleições**. In: DIREITO NEWS. Direito News. [S. l.], 20 jan. 2022. Disponível em: <https://www.direitonews.com.br/2022/01/dialogo-telegram-barroso-barrar-aplicativo-eleicoes.html>. Acesso em: 28 fev. 2022.

DIZIKES, Peter. Study: **On Twitter, false news travels faster than true stories**. MIT News, [S. l.], p. s.p, 8 mar. 2018. Disponível em: <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>. Acesso em: 20 jan. 2022.

DONATI, Filippo. **Fake news e libertà di informazione.** MediaLaws - Rivista di diritto dei media, Itália, 2/2018, maggio, p. 440-6, 25 jun. 2018. Disponível em: <<http://www.medialaws.eu/wp-content/uploads/2019/05/RDM-2-2018.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2020.

DRISCOLL, Kevin. **From Punched Cards to "Big Data": A Social History of Database Populism.** Communication+1.Vol. 1, Iss. 1, Article 4, August, 2012.

DROG. **Bad News.** [S. l.], 2020. Disponível em: <<https://www.getbadnews.com/#intro>>. Acesso em: 28 fev. 2022.

DUARTE, Alec. **Programa de rádio que causou pânico no Maranhão faz 40 anos.** São Paulo: G1, 26 out. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/10/programa-de-radio-que-causou-panico-no-maranhao-faz-40-anos.html>> Acesso em: 20 jun. 2020.

DUDZIAK, Elisabeth Adriana et al. **Competência Informacional e Midiática: uma revisão dos principais marcos políticos expressos por declarações e documentos.** Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação, São Paulo, v. 13, p. 213-253, jan/jul. 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/viewFile/675/577>. Acesso em: 28 fev. 2022.

EBIZMBA. **Top 15 Best Social Networking Sites & APPs.** eBizMBA Rank: February, 2020. Disponível em: <<http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>> Acesso em: 25 jun. 2020.

EIFERT, Martin. **A Lei Alemã para a Melhoria da Aplicação da Lei nas Redes Sociais (NetzDG) e a Regulação da Plataforma.** In: ABOUD, George; NERY JR, Nelson; CAMPOS, Ricardo (org.). Fake News e Regulação. 2 revista, atualizada e ampliada. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2020. p. 161-192. ISBN 9786550653743.

EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos: como as fake news da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições.** Trad. Arnaldo Bloch. São Paulo: Vestígio, 2019.

FARRAH, André. **Desinformação, Discurso de ódio e regulação da Internet.** Na Pós-Graduação em Direito Digital do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS). Rio de Janeiro: ITS, 2021

FAUSTO, Boris. In: PANDOLFI, Dolce (org.). **Repensando o Estado Novo.** Rio de Janeiro: Editora da FGV, 1999.

FERREIRA, Jorge (org.). **O Populismo e sua História: Debate e Crítica.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

FOLHA DE SÃO PAULO. Eleições 2018. In: FOLHA DE SÃO PAULO. **Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp.** [S. l.], 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: 28 fev. 2022.

FRAGATA, Octávio. **Tópicos Avançados.** Na Pós-Graduação em Direito Digital do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS). Rio de Janeiro: ITS, 2021

GAMBARO, Adele et al. Disegno di Legge n. 2688/2017. **Disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione online, garantire la trasparenza sul web e incentivare l'alfabetizzazione mediatica.** Senato della Repubblica, 28 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/Ddliter/47680.htm>>. Acesso em: 23 set. 2020.

GERBAUDO, Paolo. **Social Media and Populism: An elective affinity?** Media Culture & Society. King's Research Portal, 2018.

GILLESPIE, Tarleton. **The Relevance of Algorithms.** forthcoming, in Media Technologies, ed. Tarleton Gillespie, Pablo Boczkowski, and Kirsten Foot. Cambridge, MA: MIT Press.

GLOBAL NETWORKING INICIATIVE (GNI). **About GNI.** 2020. Disponível em: <<https://globalnetworkinitiative.org/about-gni/>>. Acesso em: 19 set. 2020.

GOMES, Angela de Castro. **O populismo e as ciências sociais no Brasil: notas sobre a trajetória de um conceito.** In: FERREIRA, Jorge. O Populismo e sua História: Debate e Crítica. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p.27.

GRIZZLE, Alton et al. **Diretrizes para a Formulação de Políticas e Estratégias: Alfabetização Midiática e Informacional.** [S. l.]: UNESCO, 2016. 204 p. ISBN 978-85-7652-214-0. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246421>. Acesso em: 28 fev. 2022.

GROHMANN, Rafael. **Financeirização, midiaticização e datatificação como sínteses sociais.** Mediaciones de la Comunicación, Montevideo, v. 14, n. 2, p. 97-117. Disponível em: <<https://revistas.ort.edu.uy/inmediaciones-de-la-comunicacion/article/download/2916/2991>>. Acesso em: 21 jun. 2020.

GUERRA DOS MUNDOS - São Luís - MA - 1971 (1/2). Edição: André Fonseca. Áudio Digitalizado por Manoel Pereira em 2010. Publicado em 23 de out. de 2011. Disponível em: <<https://m.youtube.com/watch?v=6QjfLcE684I>> Acesso em: 20 jun. 2020.

GUERREIRO, Ramos. **A crise do poder no Brasil.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1961.

GURUMURTHY, Anita; BHARTHUR, Deepti. **Democracy and the algorithmic turn: Issues, challenges and the way forward.** SUR 27, v. 15, n. 27, p. 41-52, 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/328760413_Democracy_and_the_algorithmic_turn_-_Issues_challenges_and_the_way_forward>. Acesso em: 15 set 2020.

HAWKINS, Kirk A.; and ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. **Introduction: the ideational approach.** In: HAWKINS, Kirk A.; CARLIN, Ryan; LITTVAY, Levi; e ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal (Org.): The Ideational Approach to Populism: Concept, Theory, and Method. Routledge. New York, NY. Introduction, p. 1 – 41. 2018

HISTORY.COM.EDITORS. **William Randolph Hearst stops Citizen Kane ads.** History: November 13, 2009 (Original Published Date), January 6, 2020 (Last Updated). Disponível em: <<https://www.history.com/this-day-in-history/william-randolph-hearst-stops-citizen-kane-ads>> Acesso em: 20 jun. 2020.

HISTORY.COM.EDITORS. **William Randolph Hearst**. History: December 15, 2009 (Original Published Date), August 21, 2019 (Last Updated). Disponível em: <<https://www.history.com/topics/early-20th-century-us/william-randolph-hearst>> Acesso em: 20 jun. 2020.

HOWARD, Philip N.; WOOLLEY, Samuel; CALO, Ryan. **Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election: The challenge of automated political communication for election law and administration**, Journal of Information Technology & Politics, 15:2, 81-93, 2018.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Uso de Internet, Televisão e Celular no Brasil**. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, 2018. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>> Acesso em: 23 jun. 2020.

IBGE. **Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet**. Governo Federal, [S. l.], p. s.p, 6 set. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>. Acesso em: 28 fev. 2022.

INTERNATIONAL FEDERATION OF LIBRARY ASSOCIATIONS AND INSTITUTIONS (IFLA). **Declaração adotada em Alexandria, Egito, na Biblioteca de Alexandria, em 9 de novembro de 2005**. [S. l.], 9 nov. 2005. Disponível em: <https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/wsis/Documents/beaconinfosoc-pt.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2022.

ITÁLIA. **Codice Penale**. Edizione Aggiornata al 25 ago. 2017. Disponível em: <<http://www.procuragenerale.trento.it/attachments/article/31/cp.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2020.

ITÁLIA. **Constituição da República Italiana de 1947**. Senato della Repubblica, Costituzione Italiana Edizione In Lingua Portoghese, [2018]. Disponível em: <https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg18/file/repository/relazioni/libreria/novita/XVII/COST_PORTOGHESE.pdf#page50>. Acesso em: 20 set. 2020.

ITÁLIA. **Decreto Legislativo 9 aprile 2003, n. 70**. Attuazione della direttiva 2000/31/CE relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione nel mercato interno, con particolare riferimento al commercio elettronico. Gazzetta Ufficiale, Supplemento Ordinario n. 61, n. 87 del 14 aprile 2003. Disponível em: <<https://www.camera.it/parlam/leggi/deleghe/03070dl.htm>>. Acesso em 24 set 2020.

ITS. **Redes Cordiais: Projeto de combate à desinformação e ao discurso de ódio na Internet**. Instituto de Tecnologia e Sociedade, [s. l.], p. s.p, 2021. Disponível em: <https://itsrio.org/pt/projetos/redes-cordiais/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

Jørgensen, Rikke Frank. **Rights Talk: In the Kingdom of Online Giants**. In: Jørgensen, Rikke Frank (ed.). Human rights in the age of platforms. Cambridge, MA: MIT Press, 2019. p. 163-87.

KEEGAN, Jon. **Como é possível combater a epidemia de fake news?**. Fake news e manipulação | Expresso Futuro com Ronaldo Lemos. Canal Futura: 10 de set. de 2018.

Disponível em < <https://m.youtube.com/watch?v=OaCZmQx-11Y> > .Acesso em: 30 de mai. de 2020.

KIELY, Eugene; ROBERTSON, Lori. **How to Spot Fake News**. FactCheck.org, [s. l.], p. s.p, 18 nov. 2016. Disponível em: <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

LABAKI, Amir. **'Guerra dos Mundos' via rádio assustou os EUA há 80 anos**. Folha de São Paulo: 30 out. 2018. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2018/10/guerra-dos-mundos-via-radio-assustou-os-eua-ha-80-anos.shtml> > Acesso em: 25 jun. 2020.

LACLAU, Ernesto. **La razón populista**. México: Fondo de Cultura Económica, 2005.

LEAL, Amanda; IUNES, Julia. **Combatendo a desinformação online: Qual o espaço da educação digital nas medidas legislativas propostas pelo Parlamento Brasileiro?**. Trabalho Final do IV Grupo de Pesquisas ITS Rio. 2020.

LEMOS, Ronaldo. **Como é possível combater a epidemia de fake news?**. Fake news e manipulação | Expresso Futuro com Ronaldo Lemos. Canal Futura: 10 de set. de 2018. Disponível em < <https://m.youtube.com/watch?v=OaCZmQx-11Y> > .Acesso em: 30 de mai. de 2020.

LEMOS, Ronaldo. **Contra fake news, siga o dinheiro**. Folha de S.Paulo, 24 mai. de 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2020/05/contra-fake-news-siga-o-dinheiro.shtml>>. Acesso em: 24 mai. 2020.

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

LEWIS, Paul, et al. **Revealed: the rise and rise of populist rhetoric**. The Guardian, 06 de março de 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2019/mar/06/revealed-the-rise-and-rise-of-populist-rhetoric?fbclid=IwAR2g0uc91ixPX2YJmuQgm8JubFb2ygCC3Dw-DFI2gVbjrgMnLDv4PsiCt9c>. Acesso em 20 de abril de 2019.

LEWIS, Paul; CLARKE, Seán; BARR, Caelainn. **How we combed leaders' speeches to gauge populist rise**. Team new populism World news. The Guardian, 06 de março de 2019. Disponível em < <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/06/how-we-combed-leaders-speeches-to-gauge-populist-rise> > Acesso em 20 de abril de 2019.

LÔBO, Edilene; MOREIRA, Pedro Henrique Costa e. **Fake News e autenticidade das eleições brasileiras**. In: OLIVEIRA, Armando Albuquerque de et al. (coords.). Teoria da democracia e da filosofia do estado e direito constitucional. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2019. p. 285-300.

LÔBO, Edilene. **A inclusão do cidadão no processo eleitoral**. Belo Horizonte. DelRey. 2003.

LONGHI, Naiara. **Sensacionalismo e Jornalismo Popular: um estudo de caso**. Rio de Janeiro: Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005.

LYON, David. **Surveillance capitalism, surveillance culture and data politics**. In: BIGO, Didier; ISIN, Engin; RUPPERT, Evelyn (ed.). *Data Politics: Worlds, Subjects, Rights*. Abingdon: Routledge, 2019. p. 64-77. Disponível em: <<https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781315167305>>. Acesso em: 1 set. 2020.

MANHEIM, Karl; KAPLAN, Lyric. **Artificial Intelligence: Risks to Privacy and Democracy**. 21 *Yale Journal of Law and Technology* 106, 2019.

MARQUES, José. **Botão anti-fake no Twitter gera temor de ações orquestradas nas eleições**. Folha de São Paulo, [S. l.], p. s.p, 24 jan. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/01/botao-anti-fake-no-twitter-gera-temor-de-acoes-orquestradas-nas-eleicoes.shtml>. Acesso em: 28 fev. 2022.

MELLO, Patrícia Campos de. **A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital**. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MELLO, Patrícia Campos. **Lei de fake news será 'tornozeleira eletrônica' para milhões de pessoas, diz diretor do WhatsApp**. Folha de São Paulo, 22 de jun. de 2020. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/06/lei-de-fake-news-sera-tornozeleira-eletronica-para-milhoes-de-pessoas-diz-diretor-do-whatsapp.shtml> >. Acesso em: 22 de jun. de 2020.

MELO, P.; RESENDE, G; SOUSA, H., MESSIAS, J., VASCONCELOS, M., ALMEIDA, J., and BENEVENUTO, F. (2019). (mis)information dissemination in whatsapp: Gathering, analyzing and countermeasures. In *Proc. of the ACM Web Conference (WWW)*, pages 818—828, 2019

MEMÓRIA GLOBO 1962/1971. **Caso Time-Life**. Memória Globo, 2020. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/acusacoes-falsas/caso-time-life/> > Acesso em: 20 jun. 2020.

MEMÓRIA GLOBO 1983/1984. **Diretas Já**. Memória Globo, 2020. Disponível em: < <https://memoriaglobo.globo.com/erros/diretas-ja/> > Acesso em: 20 jun. 2020.

MENEZES, Priscilla; STEIBEL, Fabro. **Siga o dinheiro: marcas publicidade e fake news**. Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS). Rio de Janeiro: ITS, 2020

MONTEIRO, Geraldo Tadeu. **Verbete “Democracia Deliberativa”**. In: BARRETO, Vicente de Paulo (org.). *Dicionário de Filosofia do Direito*. São Leopoldo: Unisinos, 2006, p.195- 199.

MONTI, Matteo. **The new populism and fake news on the Internet: how populism along with Internet new media is transforming the Fourth Estate**. Stals Research Paper 4, 2018. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3175280>. Acesso em: 20 ago. 2020.

MORAIS, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 34. ed. - São Paulo : Atlas, 2018.

MORAIS, Jose Luis Bolzan de. Título. **As crises do Estado e da constituição e a transformação espaço-temporal dos direitos humanos**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2011.

MORGADO, Fernando; MACAHADO, Koca; MENEZES, Priscilla; STEIBEL, Fabro. **Siga o dinheiro: marcas publicidade e fake news**. Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS). Rio de Janeiro: ITS, 2020

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira Kaltwasser. **Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America. Government and Opposition**, 48, p. 147-174 doi:10.1017/ gov.2012.11. (2013).

O DILEMA das Redes. Direção: Jeff Orlowski. Estados Unidos: Netflix, 2020.

ONU, Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas. (1948). "**Declaração Universal dos Direitos Humanos**" (217 [III] A). Paris.

OSORIO, Aline. **Lei Eleitoral e os Limites da Propaganda**. In: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Seminário Internacional Fake News e Eleições. Seminário Internacional Fake News e Eleições. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/livro-digital-fake-news.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2022.

PARIKH, Shivam B. Parikh; ATREY, Pradeep K. Atrey. **Media-Rich Fake News Detection: A Survey**. IEEE Xplore: 2018 IEEE Conference on Multimedia Information Processing and Retrieval (MIPR), Miami, FL, USA, p. 436-441, 28 jun. 2018. DOI 10.1109/MIPR.2018.00093. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8397049>. Acesso em: 20 jan. 2022.

PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**. Penguin Press, New York, may 2011. ISBN 1594203008.

PASSOS, Najla. **Os 30 anos do comício que a Globo transformou em festa**. CARTA MAIOR, 24 de jan. 2014. Disponível em: < <https://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Politica/Os-30-anos-do-comicio-que-a-Globo-transformou-em-festa-/4/30084> > Acesso em: 20 jun. 2020.

PEGABOT (ed.). **PegaBot**. Rio de Janeiro: Instituto de Tecnologia e Sociedade ITS, 2022. Disponível em: <https://pegabot.com.br/sobre/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

PHILLIPS, Dom; BURKE, Jason; LEWIS, Paul. **How Brazil and South Africa became the world's most populist countries**. The Guardian, 20 maio 2019. Disponível em https://www.theguardian.com/world/2019/may/01/how-brazil-and-south-africa-became-the-worlds-most-populist-countries?fbclid=IwAR3_kM8338GyyksWxPBp3hwCiSOuhvjCcvRvUtKRhxn2hCf0NAEYwSVDS-I. Acesso em: 01 junho 2019.

PINTO, Ana Estela de Sousa Pinto. **Eleição do 'marketing zero' apaga reinado dos publicitários**. Folha de São Paulo, São Paulo, p. s.p, 4 out. 2018. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/eleicao-do-marketing-zero-apaga-reinado-dos-publicitarios.shtml?utm_source=whatsapp&utm_medium=social&utm_campaign=compwa. Acesso em: 28 fev. 2022.

PIRES, Teresinha Maria de Carvalho Cruz; FREITAS, Viviane Gonçalves. **Igualdade de oportunidades e discurso político eleitoral: as campanhas de 2010 e 2014 de Dilma Rousseff**. In: SOUZA, Robson Sávio Reis; ALVES, Claudemir Francisco; PENZIM, Maria

Brandão (orgs.). *Religião, política e transformação social: experiências de fé*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, NESP, 2018.

POOLEY, Jefferson; SOCOLOW, Michael J. **The Myth of the War of the Worlds Panic**. Slate: October 28, 2013. Disponível em: < <https://slate.com/culture/2013/10/orson-welles-war-of-the-worlds-panic-myth-the-infamous-radio-broadcast-did-not-cause-a-nationwide-hysteria.html> > Acesso em: 25 jun. 2020.

PORTAL DA PRIVACIDADE. **Os 10 Princípios para o Tratamento de Dados Pessoais**. 19 jul. 2018. Disponível em: <https://www.portaldaprivacidade.com.br/infografico-04-os-10-principios-para-o-tratamento-de-dados-pessoais/?_sf_s=Os+10+princ%C3%ADpios+para+o+tratamento+de+dados>. Acesso em: 29 set. 2020.

PRIVACIDADE Hackeada. Direção: Karim Amer e Jahane Noujaim. Roteiro: Karim Amer e Pedro Kos. Estados Unidos, 2019. Distribuidor: Netflix. Documentário, 1h 50min.

PROJETO COMPROVA (Brasil) (ed.). **Projeto Comprova**. [S. l.], 20 jan. 2022. Disponível em: <https://projetocomprova.com.br/about/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

PROJETO CREDIBILIDADE (Brasil) (ed.). **Projeto Comprova**. [S. l.], 20 jan. 2022. Disponível em: <https://www.credibilidade.org/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

QUINTANA, Oscar Mejía. **Populismo, Estado autoritario y democracia radical in America Latina**. In: RESTREPO, Martha Lucía Márquez; BUELVAS, Eduardo Pastrana; VÁSQUEZ, Guillermo Hoyos (ed.). *El eterno retorno del populismo in la America Latina y el Caribe*. 1 ed. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2012, cap. 2. p. 35-69.

RAINIE, Lee; ANDERSON, Janna. **The future of privacy: digital life in 2025**. Dec. 18, 2014. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/internet/2014/12/18/future-of-privacy/>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

RAIS, Diogo. **Lei Eleitoral e os Limites da Propaganda**. In: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. *Seminário Internacional Fake News e Eleições*. Seminário Internacional Fake News e Eleições. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/livro-digital-fake-news.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2022.

REDE de ódio. Direção: Jan Komasa. Roteiro: Mateusz Pacewicz. Polônia: Netflix, 2020. Disponível em: Netflix. Acesso em: 20 jan. 2022.

REIS, Julio Cesar Soares dos. **Towards Automatic Fake News Detection in Digital Plataforms: Properties, Limitations and Applications**. 2020. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte, 2020.

RENNÓ, Luciano. **Bases Ideológicas do Populismo Conservador: As eleições brasileiras de 2018**. No Ciclo de Palestras 2019: Bases ideológicas do populismo. Centro de Estudos do Comportamento Político (CECOMP). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), 26 de abril de 2019.

REVEL, Jean François. **El conocimiento inútil**. Barcelona: Planeta, 1989.

REVISTA PIAUÍ (Rio de Janeiro) (ed.). **LUPA**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

ROOZENBEEK, Jon; OOSTERWOUDE, Ruurd. **Como é possível combater a epidemia de fake news?**. Fake news e manipulação | Expresso Futuro com Ronaldo Lemos. Canal Futura: 10 de set. de 2018. Disponível em < <https://m.youtube.com/watch?v=OaCZmQx-11Y> > . Acesso em: 30 de mai. de 2020.

SADOWSKI, Jathan. **When data is capital: datafication, accumulation, and extraction**. *Big Data & Society*, p. 1-12, jan.-jun. 2019. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2053951718820549>>. Acesso em 21 set. 2020.

SAMPAIO, José Adércio Leite. **Democracia, Constituição e Realidade**. Revista Latino americana de Estudos Constitucionais, Belo Horizonte, n.1, p. 741-823, jan./jun. 2003.

SAMPAIO, José Adércio Leite. **Teoria Da Constituição e dos Direitos Fundamentais**. 1. ed. Belo Horizonte: DEL REY, 2020. ISBN 9788538403036.

SAMPAIO, José Adércio Leite; FURBINO, Meire; MENDIETA, David. **La Declaración Universal de Derechos Humanos en Espacios Digitales: una necesidad en los tiempos cibernéticos**. *Revista Juridica*, [S. l.], v. 4, n. 61, p. 30-69, oct. 2020. Disponible en: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/4451>>. Consultado en: 29 nov. 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.21902/revistajur.2316-753X.v4i61.4451>

SARAIVA, Camila Gonçalves; MARES, Daniele Aparecida Gonçalves Diniz. **O discurso de ódio e a recusa aos fatos: Fake news nas eleições brasileiras**. In: LÔBO, Edilene; OMMATI, José Emílio Medaur (coords.). *Processo Eleitoral e Estado de Direito: Diálogos sobre democracia e política*. Belo Horizonte: Conhecimento, 2019. p. 21-44.

SENADO FEDERAL. **Emenda 140 de Lei nº 2630/2020**. Suprima-se o Art. 10 da Emenda Substitutiva apresentada pelo Relator. Emenda nº 140 ao PL nº 2630, de 2020, [S. l.], 2020b. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8126128&disposition=inline>. Acesso em: 28 fev. 2022.

SENADO FEDERAL. **Emenda de 126 Lei nº 2630/2020**. Suprima-se o art. 10, do substitutivo ao Projeto de Lei nº 2630, de 2020. EMENDA Nº 126, DE 2020, [S. l.], 2020a. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8126050&disposition=inline>. Acesso em: 28 fev. 2022.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 2630/2020, de 15 de julho de 2021**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. PL 2630/2020, [S. l.], 15 jul. 2021. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2256735>. Acesso em: 28 fev. 2022.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei nº 3380/2015**. Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996 (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional), para dispor sobre os currículos da educação básica. PROJETO DE LEI Nº 3.380: 3380/2015, [S. l.], 2015. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2027934&filename=PRL+1+CCJC+%3D%3E+PL+3380/2015. Acesso em: 28 fev. 2022.

SHU, Kai et al. **Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective**. Cornell University: Computer Science, [s. l.], 3 set. 2017. DOI <https://doi.org/10.48550/arXiv.1708.01967>. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1708.01967>. Acesso em: 20 jan. 2022.

SOARES, Gláucio Ary D. **A democracia interrompida**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2001.

SOARES, Lucas. **Twitter cria aviso para evitar fake news sobre as eleições de 2022 no Brasil**. In: OLHAR DIGITAL. Internet e Redes Sociais. [S. l.], 8 out. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/10/08/internet-e-redes-sociais/twitter-cria-aviso-para-evitar-fake-news-sobre-as-eleicoes-de-2022-no-brasil/>. Acesso em: 28 fev. 2022.

SOUZA, Adalthon de Paula Souza. **Comentários ao PL n° 2.630/2020, o “PL das Fake News”: Contas inautênticas, identificação de usuários e rastreabilidade de mensagens**. Pós-Graduação em Direito Digital do Instituto de Tecnologia e Sociedade (ITS), [s. l.], 2020. Disponível em: https://itsrio.org/wp-content/uploads/2021/03/Adalthon-de-Paula-Souza_COMENTARIOS-AO-PL-N-2.630_2020-O-PL-DAS-FAKE-NEWS-%E2%80%93CONTAS-INAUTENTICAS-IDENTIFICACAO-DE-USUARIOS-E-RASTREABILIDADE-DE-MENSAGENS.pdf. Acesso em: 28 fev. 2022.

SOUZA, Carlos Affonso. **Deepfake do bem”? Índia sai na frente na manipulação de vídeos eleitorais**. Instituto de tecnologia e Sociedade (ITS) conectividade, Rio de Janeiro, 20 fev. 2020.

SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs.). **A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais**. São Paulo: Hedra, 2018.

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. Cambridge, UK-Malden, MA: Polity, 2016.

STF – Pleno – **ADPF 130, Rel. Min. Carlos Britto**, julgamento em 30-4-2009, Plenário, DJE de 6-11-2009. Disponível em: < <http://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411> > Acesso em: 27 jun. 2020.

STF (Distrito Federal). Superior Tribunal Federal. **ADPF 187**. Arguição de Descumprimento Preceito Fundamental 187, [S. l.], 15 jun. 2011. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=TP&docID=5956195>. Acesso em: 28 fev. 2022.

STF (Distrito Federal). Superior Tribunal Federal. **DJ 16/10/2002, MS 24369 MC/DF** – Rel. Min. Celso de Mello, 2002

STF (Distrito Federal). Superior Tribunal Federal. INQ 4781, 14/05/2021, Relator: MIN. Alexandre de Moraes. **Inquérito 4781**, [S. l.], 14 mar. 2019b. Disponível em: <http://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5651823>. Acesso em: 28 fev. 2022.

STF (Distrito Federal). Superior Tribunal Federal. STF. **Portaria GP nº 69**. [S. l.], 14 mar. 2019a. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/dl/comunicado-supremo-tribunal-federal1.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2022.

STF (Distrito Federal). Superior Tribunal Federal.. STF. **ADPF 130. ARGUIÇÃO DE DESCUMPRIMENTO DE PRECEITO FUNDAMENTAL 130 DISTRITO FEDERAL** , [S. l.], 30 abr. 2009. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=605411>. Acesso em: 28 fev. 2022.

STRECK, Lenio Luiz; MORAIS, José Luis Bolzan de. **Ciência Política e Teoria do Estado**. 8 ed. rev. e atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2014.

SUPER INTERESSANTE. **Como surgiu a expressão “imprensa marrom”?**. Abril: 18 abr. 2011, atualizado em 04 jul. 2018. Disponível em: < <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-a-expressao-imprensa-marrom/> > Acesso em: 21 jun. 2020.

SUZOR, Nicolas. **Digital constitutionalism: Using the rule of law to evaluate the legitimacy of governance by platforms**. Social Media+ Society, v. 4, n. 3, 2018. <https://doi.org/10.1177/2056305118787812>

TAMAKI, Eduardo Ryo Tamaki; FUKS, Mario. **Populism in Brazil’s 2018 General Elections: An analysis of Bolsonaro’s campaign speeches**. Paper presented during CECOMP’s (Center for Political Behavior Studies) annual seminars, on March 21, 2019.

Tardaguila, Cristina, Benevenuto, Fabrício, Ortellado, Pablo. **Fake news is poisoning brazilian politics. whatsapp can stop it**. The New York Times, 17 de outubro de 2018. Disponível em: < <https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html> > Acesso em: 20 jun. 2020.

TENOVE, Chris et al. **Digital Threats to Democratic Elections: How Foreign Actors Use Digital Techniques to Undermine Democracy**. Centre for the Study of Democratic Institutions, UBC, 2018. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3235819>

THE TRUST PROJECT (ed.). **Backstory: Trust Indicators Journey**. [S. l.], 20 jan. 2022b. Disponível em: <https://thetrustproject.org/backstory-trust-indicators-journey/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

THE TRUST PROJECT (ed.). **The Trust Indicators and their Attributes**. [S. l.], 20 jan. 2022a. Disponível em: <https://thetrustproject.org/collaborator-materials/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

TRAVESSONI, Alexandre. **O sonho de um terceiro turno, a democracia real e a democracia ideal**. 20 de setembro de 2018. Facebook: Alexandre Travessoni Gomes Trivisonno. Disponível em < <https://www.facebook.com/a.travessoni/posts/471381226675765> > Acesso em: 21 de setembro de 2018.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Tribunal Superior Eleitoral. In: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Barroso envia ofício ao Telegram e pede cooperação no combate à desinformação**. [S. l.], 17 dez. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Dezembro/barroso-envia-oficio-ao-telegram-e-pede-cooperacao-no-combate-a-desinformacao>. Acesso em: 28 fev. 2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Tribunal Superior Eleitoral. In: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Bieje esclarece novo fundo de financiamento de campanha**. [S. l.], 30 out. 2017. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias->

tse/2017/Outubro/bieje-esclarece-novo-fundo-de-financiamento-de-campanha. Acesso em: 28 fev. 2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **TSE julga improcedentes ações contra Jair Bolsonaro e Hamilton Mourão.** [S. l.], 28 out. 2021. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Outubro/tse-julga-improcedentes-acoes-contra-jair-bolsonaro-e-hamilton-mourao>. Acesso em: 28 fev. 2022.

UNESCO. Cooperative Framework. **PARIS AGENDA OR 12 RECOMMENDATIONS FOR MEDIA EDUCATION**, [S. l.], 2007. Disponível em: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Parisagendafin_en.pdf. Acesso em: 28 fev. 2022.

UNESCO. Declaração. **DECLARAÇÃO DE GRÜN WALD SOBRE EDUCAÇÃO PARA OS MEDIA, Grünwald, República Federal da Alemanha, 22 jan. 1982.** Disponível em: <https://milobs.pt/wp-content/uploads/2018/06/Declaracao-de-Grunwald.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2022.

UNESCO. **Information Literacy meeting of Experts.** Plague Declaration, 2003. Towards an information literacy society, [S. l.], sep. 2003. Disponível em: https://www.produktive-medienarbeit.de/ressourcen/bibliothek/positionspapiere/unesco_prag.shtml. Acesso em: 28 fev. 2022.

UNESCO. Setor de Comunicação e Informação. **Marco de avaliação global da alfabetização midiática e informacional: disposição e competências do país.** [S. l.: s. n.], 2016. ISBN 978-85-7652-215-7. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246398>. Acesso em: 28 fev. 2022.

UNESCO. **Transformações e inovações digitais no Brasil.** [S. l.], 2020. Disponível em: <https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/digital-transformation-brazil>. Acesso em: 28 fev. 2022.

UNIÃO EUROPEIA. **Directiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 8 de Junho de 2000 relativa a certos aspectos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio electrónico, no mercado interno (Directiva sobre o comércio electrónico).** Parlamento Europeu, Conselho da União Europeia, 8 jun 2000. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>>. Acesso em: 23 set 2020.

UNIÃO EUROPEIA. **Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados 2016/679.** Relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados). Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, 27 abr. 2016. Disponível em: <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>>. Acesso em: 29 set. 2020.

VAINFAS, Ronaldo, et al. **História: volume único.** São Paulo: Saraiva, 2010.

VENTURI, Franco. **El populismo ruso.** Madri: Alianza editorial, 1981.

VIEIRA, Alessandro. **Projeto de Lei nº 2630, de 2020.** Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Disponível em:

<<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>>. Acesso em: 26 jun. 2020.

VILAS, Carlos Maria. **¿Populismos reciclados o neoliberalismos a secas? El mito del neopopulismo latinoamericano.** In: C. Ahumada y T. Angarita (Eds.), *La Región Andina: entre los nuevos populismos y la movilización social*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2004.

VITORINO, Marcelo. **Lei Eleitoral e os Limites da Propaganda.** In: TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. *Seminário Internacional Fake News e Eleições. Seminário Internacional Fake News e Eleições*. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/livro-digital-fake-news.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2022.

WARDLE, Claire. **FIRST DRAFT'S ESSENTIAL GUIDE TO Understanding Information Disorder.** First Draft, October 2019.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN Hossein. **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making.** Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

WEBWISE.IE (ed.). **Explained: What is False Information (Fake News)?.** [S. l.], 21 jun. 2018. Disponível em: <https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

WIESEHOMEIER, Nina. **Expert Surveys: Chapter 4.** IE University, School of International Relations, 2018. Disponível em https://drive.google.com/.../1yTY3C2Od_PXT9DQnHnPIHjezwFly9Zw4. Acesso em 30 de março de 2019.

WIESEHOMEIER, Nina. **Populism in Latin America: Insights from a Expert Survey.** No Ciclo de Palestras 2019: Pensando o Brasil hoje: o que a a Ciência Política tem a dizer?. Centro de Estudos do Comportamento Político (CECOMP). Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), 22 de março de 2019.

WORSLEY, Peter. **O conceito de populismo.** In: TABAK, Fanny. [org.] *Ideologias. Populismo*. Rio de Janeiro: Editora Tijuca, 1973.

WU, Kun; YUAN, Xu; NING, Yue. **Incorporating Relational Knowledge in Explainable Fake News Detection.** ResearchGate, [s. l.], p. s.p, 2021. DOI 10.1007/978-3-030-75768-7_32. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/351403755_Incorporating_Relational_Knowledge_in_Explainable_Fake_News_Detection. Acesso em: 20 jan. 2022.

ZUBOFF, Shoshana. **Big other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação.** In: Bruno, F. et al. (orgs.). *Tecnologias da vigilância: perspectivas da margem*. Trad. H. M. Cardozo et al. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 17-68.