

FAKE NEWS DURANTE A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL BRASILEIRA DE 2018

Igor dos Santos¹
Carolina Rispoli Leal²

Resumo

A cada ano torna-se mais frequente a discussão entre profissionais de diversas áreas do conhecimento sobre a necessidade de entender o atual momento da comunicação na contemporaneidade. A população mundial está preparada para utilizar as redes sociais na internet de forma responsável? Tendo em vista que o Facebook é o site de rede social com mais usuários no Brasil e a eleição presidencial brasileira de 2018 ficou marcada pela incidência de supostas *Fake News* na internet, o presente trabalho busca compreender a seguinte questão: Como as *Fake News* foram utilizadas no Facebook, durante o primeiro turno da eleição presidencial brasileira em 2018?

Palavras-chave: *Fake News*. Redes Sociais. Facebook. Eleição. Brasil.

Abstract

Each year the discussion between professionals from different areas of knowledge becomes more frequent about the need to understand the current moment of communication in contemporary times. Is the world population prepared to use social networks on the internet responsibly? Bearing in mind that Facebook is the social networking site with the most users in Brazil and the 2018 Brazilian presidential election was marked by the incidence of alleged *Fake News* on the internet, this paper seeks to understand the following question: How *Fake News* was used on Facebook, during the first round of the Brazilian presidential election in 2018?

Keywords: *Fake News*. Social networks. Facebook. Election. Brazil.

1 Introdução

A cada ano torna-se mais frequente a discussão entre profissionais de diversas áreas do conhecimento sobre a necessidade de entender o atual momento da comunicação na contemporaneidade. As supostas *Fake News* são falhas indesejadas ou fazem parte de estratégias? A população mundial está preparada para utilizar as redes sociais na internet de forma responsável? Por se tratarem de questões relativamente recentes dentro do universo midiático, ainda há muitos questionamentos passíveis de estudo.

¹ Acadêmico do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat. igorsantos@sou.faccat.br

² Pós-Doutora pelo Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra – Portugal. Doutora em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Professora das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat. Professora orientadora do trabalho. carolina_rispoli@hotmail.com

Tendo em vista que as *Fake News* já são uma realidade presente dentro das mídias, Delmazo e Valente (2018) abordam o tema como uma evolução dos boatos e histórias fabricadas, que têm existência comprovada desde o século XVI, mas diferem-se do atual contexto pelo potencial de disseminação do ambiente on-line. As redes sociais digitais facilitam o acesso à desinformação e os conteúdos falsos tornam-se *Fake News*, à medida que mobilizam um número significativo de públicos (BOUNEGRU, 2017).

Nesse cenário, ocorreu em 2018 a eleição presidencial brasileira que ficou marcada pela suposta incidência de *Fake News* na internet. Assim como ocorreu em 2016, na eleição para presidência dos Estados Unidos, e na campanha para saída da União Europeia no Reino Unido. A inquietação central desta pesquisa surge na compreensão sobre a forma como as supostas notícias falsas foram construídas, transformadas, e disseminadas em tão pouco tempo, no primeiro turno da mais recente eleição para presidência do Brasil.

Diante disso, busca-se investigar a seguinte problemática: como as *Fake News* foram utilizadas no Facebook, durante o primeiro turno da eleição presidencial brasileira em 2018? Analisar esse fenômeno é o objetivo geral deste trabalho, que ainda conta com objetivos específicos como: examinar os discursos das *Fake News* utilizadas durante esse período; identificar publicações no Facebook que tiveram seus conteúdos embasados por notícias falsas e relatar como essas publicações impactaram na construção de discursos de ódio a candidatos.

Para execução da pesquisa, optou-se pela abordagem qualitativa, devido a sua adequação ao objetivo geral deste trabalho. Após o levantamento dos dados, suas descrições e categorizações, foi possível realizar a análise para chegar às considerações finais. A problemática é atual. Compreender as *Fake News*, é também compreender parte da contemporaneidade.

2 Fundamentação teórica

2.1 Esfera Pública

O livro “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, publicado em 1962 pelo alemão Jürgen Habermas, influenciou pesquisadores de diversas áreas das ciências humanas. De forma breve, pode-se dizer que a esfera pública é vista por Habermas

como a terceira instituição da modernidade capitalista, que não se confundiria nem com o Estado e nem com o mercado (PERLATTO, 2012). Nesse estudo, Habermas teve como objetivo retratar o surgimento, consolidação e decadência de uma sucessão de acontecimentos históricos que na filosofia, e sob a denominação do próprio autor dessa obra, é compreendida como esfera pública burguesa (PERSCH, 2012).

Segundo Habermas, não há um sentido único para os conceitos público e privado. Em sua análise esses conceitos são originários da Grécia antiga, onde o âmbito privado das coisas caseiras era diferenciado do âmbito público da política estatal. O modelo grego da esfera pública, para Habermas, teria perpassado a Idade Média. As categorias público/privado estariam presentes no Direito Romano e chegariam até nós via institucionalização do estado moderno, onde então passaria a ter um sentido específico de esfera pública burguesa (PERSCH, 2012).

Apesar de haver uma separação entre as esferas pública e privada na Grécia antiga, ambas representavam a emanção de um único poder, o do patriarca. No feudalismo, não era possível identificar uma separação entre essas esferas, pois o detentor do status de senhor fundiário, era apenas um representante da dominação exercida pelo senhor feudal. A partir da queda do feudalismo, na medida que a sociedade ia separando-se do Estado, houve a separação entre as esferas pública e privada no contexto moderno (OLIVEIRA, 2010).

Com o advento da Modernidade, o capitalismo primitivo expandiu-se por toda Europa, e originou um novo sistema de trocas: a troca de mercadorias e de informações (HABERMAS, 2003). A partir disso, a imprensa desenvolveu-se e passou a ser uma aliada do comércio, que passou a ter um caráter mais público, onde os intelectuais passaram a ser designados para escrever sobre descobertas que pudessem ser aplicadas. Com isso, os que eram obrigados a escrever passaram a desenvolver suas próprias ideias e a posicionar-se contra seus ordenadores. A sociedade civil apropriou-se desse espaço e começou a usá-lo para pressionar o estado. Essa massa é chamada por Habermas de esfera pública burguesa (OLIVEIRA, 2010).

O surgimento desse novo espaço situado entre a esfera privada e o Estado, caracterizou-se pela discussão livre e racional, no qual as opiniões se legitimaram não mais a partir de fatores sociais externos – como poder, riqueza e prestígio. A

legitimidade passou a ser sustentada através de argumentos racionais em meio ao debate público (PERLATTO, 2012).

Um momento de destaque no desenvolvimento da esfera pública burguesa descrita por Habermas, se deu com o surgimento da esfera pública literária, no século XVIII. Institucionalizada primeiramente nas cafeterias da Inglaterra, posteriormente nos salões franceses e depois na Alemanha, por meio das comunidades de comensais. Esses locais de encontro foram centros de uma crítica inicialmente literária e, depois, também política (HABERMAS, 2003). Nessas reuniões de leitura presava-se pela igualdade entre todos. A produção cultural, antes restrita à classe de maior poder econômico, passou a ser destinada ao público em geral e todos tinham liberdade para emitir opiniões (PERSCH, 2012).

Através do uso público da razão, passou a desenvolver-se uma autoconsciência crítica que ia além da simples opinião emitida sobre livros, textos e obras de arte. A crítica passou a atingir também as estruturas das organizações sociais vigentes. E, por ser expressão de uma opinião pública, obteve reconhecimento do Estado. Assim, passou a influenciar o poder decisório sobre questões estatais e de interesse comum (PERSCH, 2012). Segundo Habermas (2003), a tarefa política da esfera pública burguesa é a regulamentação da sociedade civil. Aos poucos, os governantes são obrigados a exercer sua função conforme a opinião pública.

Porém, a partir do século XIX, o povo que discutia questões coletivas nos círculos de leitura diminuiu seu potencial crítico. Para Habermas (2003), a causa principal dessa mudança foi o aumento da interferência do estado na esfera privada, que aos poucos destruiu a base da esfera pública burguesa. Além disso, houve também um crescimento gradativo do capital, que originou grandes monopólios industriais. Essas grandes indústrias começaram a influenciar nas decisões políticas, acabando com a horizontalidade existente até então entre pequenos comerciantes. Com isso, a esfera pública deixou de exercer o papel de representar as necessidades e interesses da sociedade em geral, passou a ser simplesmente uma arena de disputa por interesses particulares (PERSCH, 2012).

O povo, que até então exercia a função de pensador da cultura, passou a se tornar, gradativamente, um consumidor de cultura. E a imprensa, inicialmente caracterizada como empresa destinada à formação da opinião pública, assumiu a

postura de empresa de economia privada, destinada a gerar lucro. Habermas contextualiza o declínio da esfera pública burguesa a partir dessas mudanças, que além das mencionadas anteriormente, incluem a perda de espaço e autonomia do editor, o surgimento de novos formatos de mídia e o comércio da publicidade (PERSCH, 2012).

2.1.1 Críticas à Esfera pública habermasiana

A visão de Habermas, referente ao conceito de esfera pública, gerou diversas críticas. Vários estudos buscaram mostrar limitações na obra habermasiana, que teria deixado em segundo plano elementos relevantes. Fraser (1996), diz que no contexto retratado por Habermas existiram outros públicos que não foram analisados, como mulheres, camponeses e operários. Gardiner (2004), destaca o fato de a teoria habermasiana concentrar sua atenção em uma forma de racionalidade abstrata, que não corresponde às situações reais da vida cotidiana. Além desses, outros estudiosos e o próprio Habermas, realizaram estudos para reformulação da esfera pública baseada no contexto contemporâneo (PERLATTO, 2012).

Uma das principais críticas ao modelo inicial de esfera pública construído por Habermas é Nancy Fraser (1996). Sem diminuir a importância do conceito para a teoria democrática, a mesma sugere alguns ajustes para aplicação em sociedades estratificadas e multiculturais. Ela diz que o conceito burguês de esfera pública não é adequado para o mundo contemporâneo, e que já naquela época é possível perceber a formação de públicos e contra-públicos. Porém, suas principais críticas à Habermas, dizem respeito as quatro premissas centrais da esfera pública burguesa: a realização do potencial utópico de igualdade nas relações dentro da esfera pública; a ideia de uma única esfera pública; a ausência nos debates dentro da esfera de questões privadas que não façam referência ao bem comum; a separação clara entre sociedade civil e Estado para garantir o funcionamento da esfera pública (LOSEKANN, 2009).

Young (2000) concorda com a ideia de Habermas referente à formação de um espaço público fruto da ação comunicativa, e com os questionamentos de Fraser em relação a uma única esfera pública. Ela argumenta que as percepções desses dois autores são fundamentais para os propósitos aos quais servem o conceito. Portanto,

contra-públicos e sub-públicos que interajam entre si são necessários, mas a existência de uma única esfera resultante de um processo de interação entre todas também é imprescindível para atuar sobre as políticas, ações do Estado e instituições econômicas. A esfera pública única seria a conexão entre todas as esferas e as pessoas em geral na relação com o poder constituído (LOSEKANN, 2009).

Benhabib (1996) também propôs alterações para o modelo de esfera pública habermasiano. Sua principal crítica, segue no sentido proposto por Fraser, em relação à questão: como se estabelece o que é público e o que é privado? Segundo ela, as mulheres foram historicamente colocadas na esfera privada, especialmente na esfera íntima. Suas questões e problemas não eram considerados públicos ou políticos. Assim, ficavam isolados e, dificilmente, seriam resolvidos com justiça, sem ter qualquer destaque como tema relevante para ser discutido publicamente. Por isso, a autora alerta que divisões rígidas dos limites entre público e privado causam exclusões que alteram a formação da esfera pública. O que ela propõe é que a linha entre o público e o privado seja sempre renegociada (LOSEKANN, 2009).

Outro autor que apresentou críticas à obra habermasiana, foi o historiador David Zaret (1992). Zaret destaca a negligência de Habermas sobre o papel religioso para formação da esfera pública na Europa e nos Estados Unidos (PERLATTO, 2012). A Reforma Protestante teria sido fundamental para o surgimento das discussões de ordem racional no campo religioso, numa época em que a razão pública surgiu como novidade nesse contexto e acabou por legitimar a formação da esfera pública, devido às mudanças na esfera religiosa. Para Zaret (1992), as concepções de Habermas foram demasiadamente de natureza econômica e institucional, deixando de lado fenômenos de ordem simbólica e cultural que também teriam contribuído para formação da esfera pública (SILVA, 2002).

Considera-se relevantes as colocações de Habermas, mas, percebe-se a falta de detalhes importantes em sua análise. Vê-se a racionalidade comunicativa citada por ele como uma utopia, que não é possível ser vivida na prática em sua totalidade. É inviável para todo ser humano desvencilhar-se de motivações emocionais, condições de subordinação e dominação, entre outros fatores que interferem no processo para emissão de uma opinião pública. Além disso, não se acredita que

apenas uma classe trabalhadora seja capaz de representar o que pensa a população em geral. Entretanto, deve-se levar em consideração o contexto histórico em que o autor viveu, em que a diversidade não era tão discutida como na atualidade, além do papel de iniciador em análises sobre esse tema.

2.1.2 Reformulação do conceito original

Diante das críticas apresentadas por outros autores à obra “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, Habermas realizou ajustes na sua formulação original. Habermas (2003) admite a existência das desigualdades de posições dentro da esfera pública moderna e o acesso privilegiado de certas pessoas às informações. Porém, não concorda que, pelo fato de existir uma parcela do público considerada leiga, as discussões sejam prejudicadas e as decisões tenham resultados deturpados (LOSEKANN, 2009).

Outro aspecto revisado por Habermas é o da existência de apenas uma esfera pública. O autor reconhece múltiplas esferas, e, inclusive ressalta a importância delas para o acesso mais amplo à esfera pública (LOSEKANN, 2009). Habermas passou a perceber a esfera pública como uma estrutura mediadora entre o sistema político, setores privados e sistemas de ação especializados em termos de funções. Inclusive, estabelece uma tipologia das diversas modalidades de esfera pública, de acordo com a densidade da comunicação, complexidade organizacional e do alcance (PERLATTO, 2012).

Para Calhoun (1992), é importante destacar que nas obras posteriores de Habermas, a ideia de esfera pública deixou de se referir a uma instituição histórica específica, ao passar a se relacionar com a ideia de uma capacidade trans-histórica do homem para a comunicação humana. Segundo Lavallo (2002), houve uma mudança no sentido constitutivo da autonomia material e moral da burguesia para um conceito mais abstrato, menos relacionado a suportes institucionais específicos e mais aos fluxos comunicativos espontâneos que surgem na sociedade. Portanto, a

esfera pública se configura como a arena pela qual a vontade coletiva é processada e por onde as decisões políticas são justificadas (PERLATTO, 2012).

2.1.3 Esfera pública no Brasil

O conceito de esfera pública foi central para a produção de uma nova interpretação a respeito do processo de redemocratização no Brasil. Esse processo, durante a década de 1980, estimulou a formulação de diversos trabalhos nos anos subsequentes que buscaram entender as mudanças essenciais que teriam conduzido ao fim do regime militar brasileiro. Segundo Wampler e Avritzer (2004), esses estudos podem ser divididos em dois grandes campos teóricos: os trabalhos baseados no institucionalismo, e os direcionados aos estudos da sociedade civil. Os primeiros tiveram como foco as instituições políticas formais, a competição partidária e o comportamento legislativo; enquanto os segundos buscaram destacar os papéis dos movimentos sociais e da sociedade civil em geral durante a transição democrática (PERLATTO, 2012).

Os estudos com foco nas teorias institucionalistas sofreram diversas críticas, formuladas pelos autores identificados com as teorias da sociedade civil. A bibliografia emergente no Brasil durante a década de 1990, em diálogo direto com Habermas, buscou problematizar esses estudos por limitarem-se às investigações sobre o processo de construção das instituições democráticas (eleições livres, parlamento ativo e constituição da liberdade de imprensa). De acordo com os críticos, fazia-se necessário também uma investigação da forma como se dava a incorporação de valores democráticos na prática cotidiana para o pleno funcionamento da democracia (PERLATTO, 2012).

Esses estudos de origem mais sociológica, com o objetivo de investigar as relações sociais e a cultura política nas formas mais cotidianas e menos institucionalizadas, foram resumidas por Costa (2000) da seguinte forma: “a democratização, nesse caso, já não é mais um momento de transição, é o processo permanente e nunca inteiramente acabado de concretização da soberania popular” (COSTA, 2000, p. 58). A partir desse movimento, os trabalhos passaram a incorporar os conceitos de sociedade civil e de esfera pública como possibilidades analíticas pertinentes para se pesquisar a democracia brasileira. O autor alerta que o

conceito de esfera pública no Brasil sempre foi tratado do ponto de vista da sua inexistência. Somente a partir da década de 1980 é que se começou a vislumbrar possibilidades para o surgimento de tal esfera no país (LOSEKANN, 2009).

Segundo Perlatto (2012), os estudos sobre esfera pública descritos anteriormente padecem de um diálogo mais consistente com a historiografia produzida no país durante os últimos anos. Esses historiadores não descrevem a sociedade civil brasileira antes da década de 1980 como apática, desinteressada e “bestializada”, além de defender a ideia de uma esfera pública existente no país, pelo menos desde o final do século XIX. Nesses estudos são relatadas diversas formas de associação e organização, que mesmo não seguindo os padrões europeus, possibilitaram a formação de discursos públicos com a capacidade de problematizar elementos da ordem vigente.

Contudo, o mesmo autor considera importante ressaltar que a esfera pública se configurou no Brasil de forma seletiva, tanto em relação aos atores “capazes” de participarem desse espaço, quanto aos temas a serem discutidos nele. A construção da sociedade brasileira é descrita como altamente excludente, tanto do ponto de vista econômico quanto social, além de relatar os altos níveis de analfabetismo e o afastamento ou exclusão da maioria da população dos espaços de discussão pública e deliberação. Em contraposição a essa esfera pública seletiva, Perlatto (2012) também descreve a configuração de uma esfera pública subalterna, ao dialogar com o conceito de contra públicos subalternos de Fraser (1996), quando os setores populares buscaram criar formas expressivas para pressionar a esfera pública seletiva através de “discursos ocultos”, baseados na irreverência e no humor anônimo que testavam a todo momento os limites da ordem.

Portanto, os discursos mobilizados na esfera pública brasileira não seguiram totalmente o padrão europeu. Os argumentos “críticos racionais”, centrados na dinâmica dos interesses, foram substituídos por mecanismos mais expressivos e carnavalescos, baseados na emoção, no humor, na ironia e na paródia (PERLATTO, 2012). Pôde-se observar que a categoria habermasiana de esfera pública pode ser aplicada até mesmo em sociedades de terceiro mundo, marcadas pela desigualdade econômica e social, como a brasileira. Os espaços de discussão são variados e a possibilidade de ampliação dos locais de interação no país cresce na medida em

que a tecnologia da informação avança, junto ao processo de globalização. Estaríamos caminhando em direção a uma sociedade cada vez mais democrática?

2.2 Esfera pública, internet e redes sociais

O advento da internet provocou mudanças em diversas esferas. Essa invenção tecnológica, que é considerada uma das maiores da humanidade, abriu caminho para novas possibilidades na vida contemporânea, através da sociedade em rede. Para Elias (1994), as redes são como fios isolados que se ligam uns aos outros. Portanto, seria impossível compreendê-las ao analisar esses fios separadamente. Assim, seria necessário considerar o modo como os fios se conectam e como mantêm reciprocidade nas suas relações, embora de forma individual possam alterar-se a partir de tensões ou da estrutura interna da própria rede. Musso (2010) define rede como “uma estrutura de interconexão instável, composta por elementos em interação, e cuja variabilidade obedece a alguma regra de funcionamento” (MEDEIROS, 2013).

A internet é o tecido de nossas vidas. Se a tecnologia da informação é hoje o que a eletricidade foi na Era Industrial, em nossa época a internet poderia ser equiparada tanto a uma rede elétrica quanto ao motor elétrico, em razão de sua capacidade de distribuir a força da informação por todo o domínio da atividade humana. Ademais, à medida que novas tecnologias de geração e distribuição de energia tornaram possível a fábrica e a grande corporação como os fundamentos organizacionais da sociedade industrial, a internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede. (CASTELLS, 2003, p. 7).

Ao contrário do período relatado por Habermas (2003) em “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, em que os encontros para discussões ocorriam de forma majoritária em espaços físicos como bares e cafés, com o advento da internet, os debates passaram a ocorrer de forma progressiva no ambiente virtual, através das redes sociais. Segundo Recuero (2009), uma rede social é composta por dois elementos: atores, que são pessoas ou grupos, e conexões, que são seus laços sociais.

Quando uma rede de computadores conecta pessoas ou organizações, isto é uma rede social. Da mesma forma que uma rede de computadores é um conjunto de máquinas conectadas por um

conjunto de cabos, uma rede social é um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por um conjunto de relacionamentos sociais, como amizade, trabalho cooperativo ou intercâmbio de informações (Garton et al., 1997, on-line).

A importância das redes sociais na internet encontra-se na conexão dos usuários que a utilizam, e não nas máquinas. Portanto, estas são um meio de interação entre os atores (MEDEIROS, 2013). São os utilizadores das redes sociais que mantêm as atividades de colaboração e interação na rede ao recolher, filtrar, redistribuir, fazer circular a informação, a influência, a atenção e a reputação. (LEVY, 2010).

Levy (2007) promove a ideia da utilização de um espaço virtual chamado ciberespaço, o qual é ampliado pelas redes sociais digitais de informação e comunicação a partir do contato virtual com todos indivíduos. Para Moraes (2001), essa esfera pública virtual atua em caráter complementar junto a existente em uma sociedade física. A internet é um meio vital para comunicação e informação, uma vez que não está desvinculada dos embates sociais concretos. Assim, apresenta uma relação de acréscimo e sinergia entre o concreto e o virtual, ao gerar possibilidades que nenhuma das partes alcançaria de forma isolada (MEDEIROS, 2013).

Gomes (2005) lista as vantagens democráticas proporcionadas pela internet e suas redes sociais, como pode-se observar a seguir: 1) superação dos limites de tempo e espaço para a participação política; 2) extensão e qualidade do estoque de informações online; 3) comodidade, conforto, conveniência e custo; 4) facilidade e extensão de acesso; 5) sem filtros nem controles; 6) interatividade e interação; e 7) oportunidade para vozes minoritárias ou excluídas. Lessig (1999) argumenta que a ideia do ciberespaço como um lugar livre e sem monitoramento é questionável, uma vez que o código fornecedor da arquitetura do ambiente pode ser alterado por quem o domina.

Para Levy (2010), a transformação ocorrida na esfera pública é positiva, uma vez que, a partir do quadro proporcionado pelas redes sociais na internet, os cidadãos adquirem a capacidade de aquisição de informações, de expressão, de associação e de deliberação. As redes sociais atuam como instrumentos potencializadores da esfera pública, ao aumentar a possibilidade de manifestação do

povo, adquirindo capacidade de pressionar governos por mais transparência, abertura e diálogo (MEDEIROS, 2013).

2.2.1 Problematizações econômicas

Sites de redes sociais como Facebook e Twitter são empresas com fins lucrativos, assim como os cafés que tiveram papel fundamental na esfera pública burguesa descrita por Habermas (2003). Porém, as relações entre eles e a burguesia que utilizava esses espaços para reuniões é diferente das relações estabelecidas entre os usuários e as corporações que comandam as redes sociais na internet (SOARES, 2017).

Plataformas como o Facebook podem ser acessadas sem custos aos utilizadores, e, como destaca Beer (2008), pode fazer com que eles não percebam ou reflitam sobre o caráter comercial desses espaços. Para Milagre e Segundo (2015), os usuários fornecem seus dados com uma falsa percepção de que são inofensivos. Llorca-Abad e CanoOrón (2016) concordam que essas informações geram um tipo de valor a ser explorado pelas empresas de dados. Quando o utilizador da rede social não paga um valor financeiro pelo serviço, são os dados do usuário que estão pagando. O acesso a essas informações é autorizado, segundo Fuchs (2015), quando o indivíduo aceita os termos de uso dos sites como uma condição para poder utilizar esses espaços (SOARES, 2017).

Empresas como o Facebook e Twitter apropriam-se de dados como posicionamentos políticos, gostos musicais, preferências gastronômicas, entre outras informações dos utilizadores desses sites para monetizar em cima disso. Fuchs (2015) afirma que os usuários das redes sociais na internet são trabalhadores não remunerados que geram valor econômico. Além de seu papel como plataforma de comunicação, essas empresas atuam como agências de publicidade que vendem anúncios direcionados a partir da utilização desses dados coletados como forma de gerar lucro (SOARES, 2017).

É importante destacar também a capacidade que as empresas de mídias sociais têm de controlar os processos de conversação e circulação de conteúdo, seja diretamente (principalmente em associação com o Estado) ou através da utilização de algoritmos (FUCHS, 2015). A influência gerada por meio dos algoritmos

presentes nos processos de gerenciamento das redes também é um ponto de discussão que está relacionado com questões éticas implicadas na utilização do conceito de esfera pública nessas mídias (SOARES, 2017).

Portanto, além das mudanças que surgiram com a esfera pública virtual em relação à ampliação do espaço para debates - através do acesso via internet aos sites de redes sociais - há também questões econômicas que acabam tornando o conceito de esfera pública ainda mais complexo. Esse conceito segue sendo aprimorado, conforme a tecnologia da informação evolui, modificando os espaços e as formas de interação. Além do surgimento de novos autores, de diversas áreas do conhecimento que continuam formulando trabalhos embasados na obra inicial de Habermas.

2.2.2 Internet

A formação de redes é uma prática antiga na história da humanidade, porém, a partir do final do século XX, esse conjunto de nós interconectados afirmou-se como uma estrutura revolucionária. Três processos independentes se uniram para a inauguração de uma nova estrutura social predominantemente baseada em redes: as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços significativos na computação e nas telecomunicações possibilitados pela revolução microeletrônica. Nesse contexto, a internet emergiu como alavanca para transição a uma nova forma de sociedade: a sociedade de rede (CASTELLS, 2003).

A influência das redes baseadas na Internet vai além do número de seus usuários: diz respeito também à qualidade do uso. Atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, como por outras redes de computadores. De fato, ser excluído dessas redes é sofrer uma das formas mais danosas de exclusão em nossa economia e em nossa cultura. (CASTELLS, 2003, p. 8).

Mudanças estruturais como essa geram exclusões, ao mesmo tempo que proporcionam novas oportunidades. As quatro primeiras colocadas no relatório que listou as marcas mais valiosas do mundo em janeiro de 2019, segundo a consultoria

*Brand Finance*³, são empresas de tecnologia ligadas à internet.⁴ Duas dessas, foram fundadas na década de 1990, quando, segundo Castells (2003), surgiram os primeiros *softwares*⁵ de navegadores comerciais. A cada ano, emergem novos negócios que só foram possíveis, devido à internet. Os serviços de *streaming*⁶, os aplicativos móveis para smartphones, e as redes sociais digitais são exemplos significativos desse período de inovação constante, o qual vivemos desde o final do século passado.

2.2.3 Redes sociais na internet

Mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, o advento da comunicação mediada pelo computador amplificou a capacidade de conexão. Redes sociais foram formadas na internet, permitindo que milhões de pessoas pudessem visualizar os mesmos conteúdos em diferentes partes do país ou do mundo, e debater sobre eles instantaneamente. Essas redes já foram protagonistas de fenômenos onde a difusão de informações e a mobilização de pessoas ocorreram de forma viral. São redes que não conectam apenas computadores, mas pessoas. Esses indivíduos encontram na internet a oportunidade para compartilhar ideias, criar comunidades virtuais baseadas em afinidades ou interesses em comum, organizar eventos fora da esfera virtual com número significativo de participantes, e isso sem a necessidade de deslocar-se geograficamente (RECUERO, 2009).

As representações de atores sociais são elementos característicos desses espaços. Perfis pessoais no Facebook são exemplos dessas representações, que apresentam aspectos da personalidade ou individualidade dos indivíduos representados. Doring (2002), Lemos (2002) e Sibilía (2003) perceberam que há um processo permanente de construção e expressão de identidade por parte dos atores

³ Em tradução literal do inglês para o português, brand finance caracteriza-se como finanças de marca. Trata-se de uma consultoria independente que realiza avaliação de negócios.

⁴ DEARO, Guilherme. Amazon é a marca mais valiosa do mundo, revela Brand Finance 2019. 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/amazon-e-a-marca-mais-valiosa-do-mundo-revela-brand-financ-e-2019/>>. Acesso em: 09 mai. 2019.

⁵ Trata-se de uma sequência de instruções escritas para serem interpretadas por um computador com o objetivo de executar tarefas específicas.

⁶ Streaming traduz-se em uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a internet. Foi criada para tornar as conexões mais rápidas.

no ciberespaço. Essas apropriações funcionam como uma presença do “eu” num espaço privado e, ao mesmo tempo, público. A individualização de alguém “que fala” através desse espaço é que permite a expressão das redes sociais na internet (RECUERO, 2009).

Outro elemento característico dessas redes são as conexões constituídas pelos laços sociais, que são formados através da interação social entre os atores. Essas trocas sociais dependem essencialmente das trocas comunicativas e encontram no ambiente virtual um espaço com peculiaridades a respeito dos processos de interação. Um dos fatores diferenciais é a falta de indícios referentes à linguagem não verbal dos atores, devido à mediação pelo computador. Outro fator relevante é a influência da multiplicidade de ferramentas que suportam essa interação e o fato de permitirem que ela permaneça mesmo depois do ator estar desconectado do ciberespaço (RECUERO, 2009).

De forma breve, pode-se dizer que rede é uma metáfora estrutural composta por nós e suas conexões. Rede social é a aplicação dessa metáfora para os grupos sociais, onde os atores constituem os nós e os laços sociais, as conexões. Porém, uma rede social, mesmo na internet, modifica-se em relação ao tempo. Esse processo depende das interações que compreendem uma rede e pode influenciar diretamente sua estrutura. Segundo Watts (2003), não há redes “paradas” no tempo e no espaço. Redes são dinâmicas e estão em constante transformação. Conforme Nicolis e Prigogine (1989), os processos dinâmicos das redes são consequências diretas dos processos de interação entre os atores, e estão sujeitos a processos de ordem, caos, agregação, desagregação e ruptura. Portanto, é necessário considerar os dois processos básicos da vida em grupo, segundo Ogburn e Nimkoff (1975), que são: cooperação e oposição (RECUERO, 2009).

2.3 Liberdade de expressão e discursos de ódio

Existem limites para liberdade de expressão em sociedades democráticas? A resposta para tal questionamento varia de acordo com a legislação vigente em cada país. Nos Estados Unidos, por exemplo, não há restrições. O direito a essa liberdade se sobrepõe a outros direitos, mesmo que o emissor direcione discursos discriminatórios a uma determinada raça ou comunidade religiosa. No contexto brasileiro, essas formas de discriminação são julgadas como situações em que os

limites da liberdade de expressão são rompidos e cabe ao estado intervir para que tal direito não prejudique a coletividade, devido ao fato de inibir a expressividade de grupos minoritários (SILVA, 2015).

São princípios fundamentais da Constituição Federal Brasileira, assim como o direito à liberdade de expressão: construir uma sociedade livre, justa e solidária; promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação (Constituição, art. 3º, I e IV). Apesar disso, o que se pode observar de forma empírica não corresponde a esses princípios constitucionais. Levantamento realizado de 2005 a 2015 pela organização não governamental (ONG) Fórum Brasileiro de Segurança Pública, mostrou que 71% das vítimas de homicídio nesse período foram negras.⁷ Em 2018, o Brasil foi considerado o trigésimo sétimo país com maior discriminação contra as mulheres, numa lista de cento e vinte países em ranking da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).⁸ Índícios das discriminações existentes no país também podem ser observados em discursos de ódio publicados na internet.

A aparente possibilidade de anonimato potencializa a publicação de discursos discriminatórios no ambiente on-line. Com o acesso generalizado à internet, os indivíduos passaram da posição de receptores da informação a criadores de conteúdo com velocidade acentuada de disseminação (ROTHENBURG; STROPPIA, 2015). Esses conteúdos são publicados de forma instantânea, através de sites de redes sociais como Facebook e Twitter, e existe a possibilidade de serem propagados por perfis falsos – o que dificulta o processo de responsabilização pelos atos dos emissores em casos de exercício abusivo da liberdade de expressão.

A repercussão do resultado na eleição presidencial brasileira de 2014 é um exemplo significativo da disseminação de discursos de ódio em sites de redes sociais. Houve a incidência de diversas ofensas ao povo nordestino do país, que

⁷ A cada 100 vítimas de homicídio no Brasil, 71 são negras, diz estudo. 2017. Jornal Nacional. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/11/cada-100-vitimas-de-homicidio-no-brasil-71-sao-negras-diz-estudo.html>>. Acesso em: 25 maio 2019.

⁸ GIMENEZ, Sandra. Brasil cai 17 posições em ranking global que mede discriminação contra mulheres. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-cai-17-posicoes-em-ranking-global-que-mede-discriminacao-contra-mulheres-23287814>>. Acesso em: 25 maio 2019.

teve papel decisivo ao destinar 71,7% dos votos à ex-presidente Dilma Rousseff⁹. Esses discursos buscavam desqualificar e intimidar a população dessa região através de xingamentos preconceituosos, além de questionar a participação dessa parcela da população nas decisões coletivas – o que se pode considerar como antidemocrático (SOUZA, 2018).

Lésbicas, gays, bissexuais, travestis, transsexuais e transgêneros do país (população LGBT) também são alvos de discursos de ódio nas redes sociais. Segundo Krawczak e Santos (2017), esses discursos ultrapassaram as barreiras digitais e tornaram-se recorrentes na prática. Conforme relatório publicado pela ONG *Transgender Europe*, o Brasil foi o país que mais assassinou travestis e transsexuais no período entre 2008 e 2016. Foi registrado mais que o triplo de assassinatos em relação ao segundo colocado – o México.¹⁰ Em outro relatório, divulgado pela ONG Grupo Gay da Bahia (GGB), foi apresentada a incidência de assassinatos à população LGBT no Brasil entre 2000 e 2018. Os últimos dois anos tiveram o maior número de casos, com 445 em 2017 e 420 em 2018.¹¹

A violência simbólica pode estar ligada a esses acontecimentos, pois, segundo Bordieu (1989), é uma “violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento”. A incitação à violência nos sites de redes sociais pode ser capaz de transformar a realidade de grupos minoritários, por causa da propagação de discursos discriminatórios em um ambiente que é visto como inofensivo para um número expressivo de usuários (KRAWCZAK; SANTOS, 2017).

Segundo Mocellim (2009, p. 91), o virtual “em seu uso cotidiano, é definido como algo que existe, mas não materialmente”. Para o autor, a existência desse espaço indicou a possibilidade de propiciar uma relação social independente da presença material. Dessa forma, a interação social tem como instrumentos os

⁹ PT perde votos em todas regiões e fica isolado no Nordeste. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/pt-perde-votos-em-todas-regioes-e-fica-isolado-no-nordeste.shtml>>. Acesso em: 01 jun. 2019.

¹⁰ CUNHA, Thaís. Brasil lidera ranking mundial de assassinatos de transexuais. 2019. Disponível em: <<http://especiais.correiobraziliense.com.br/brasil-lidera-ranking-mundial-de-assassinatos-de-transexuais>>. Acesso em: 02 jun. 2019.

¹¹ Mortes violentas de LGBT+ no Brasil. 2018. Disponível em: <<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2019/01/relatorio-2018-1.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2019.

símbolos, devido ao fato de os grupos sociais estruturarem-se para estabelecer padrões comportamentais. O ódio, apresentado por meio de seu discurso, pode ser considerado como uma dessas simbologias (STEIN; NODARI; SALVAGNI, 2018).

Nesse cenário, existe uma lacuna para que informações não confiáveis cheguem até o público por meio da internet, seja de forma planejada ou não - muitas vezes até com a segunda intenção de incitar a violência e o ódio (STEIN; NODARI; SALVAGNI, 2018). Contudo, há também a necessidade de preservar a liberdade de imprensa. Por isso, esses discursos não são classificados como ilegais quando ocorrem de forma implícita. O direito à manifestação de ideias faz parte do ambiente democrático e a liberdade de expressão é um princípio fundamental previsto na Constituição Brasileira de 1988.

2.4 Notícias, *Fake News* e pós-verdade

No Brasil, assim como em outros países, a discussão sobre o jornalismo se confunde com a discussão sobre a notícia. Isso ocorre pois, como afirma Sodré (1996), a notícia constitui o ponto central da informação jornalística. Segundo Amaral (2001), jornalismo é o processo de transmissão da informação, através dos veículos de difusão coletiva, com características de atualidade, periodicidade e recepção coletiva. De forma geral, pode-se afirmar que o jornalismo diz respeito à atividade, suas intenções e consequências, enquanto a notícia (ou a matéria jornalística que nem sempre é a notícia) é o produto dessa atividade (TEMER, 2007).

Além da notícia, há outros formatos de matérias referentes ao jornalismo informativo, conforme definições de Costa (2010) às classificações de Marques de Melo (2006): a nota – antecipação de um fato que pode gerar notícia; reportagem – relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social; e a entrevista – relato que privilegia a versão de um ou mais protagonistas dos acontecimentos. O mesmo autor define notícia como: relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. Esse relato deve conter respostas às perguntas: o quê? quem? quando? como? onde? E por quê? (CARVALHO; GURGEL, 2010).

O conjunto dessas questões que devem ser respondidas em uma notícia é chamado de lead. Normalmente, tais informações aparecem no primeiro parágrafo de uma notícia ou reportagem, para fornecer ao receptor conteúdo básico sobre o assunto abordado. Outros autores também apresentaram definições para o gênero

notícia. Stephens (1993, p.30) define como “nova informação a respeito de um assunto que possui algum interesse público e que é transmitida para uma porção deste público”. Para Van Dijk (1996, p.17), é “um item ou informe jornalístico, como por exemplo um texto ou discurso numa rádio, na televisão ou no jornal diário, no qual se oferece uma nova informação sobre acontecimentos recentes”. Lustosa (1996) resume notícia como a técnica de relatar um fato (TEMER, 2007).

O jornalismo foi dividido primeiramente em duas amplas categorias: Jornalismo Informativo e Jornalismo Opinativo. A primeira é formada pelos gêneros: nota, notícia, reportagem e entrevista. A segunda representa os editoriais, comentários, resenhas, colunas, crônicas, caricaturas e cartas, tendo a opinião como diferencial – enquanto o Jornalismo Informativo busca o relato imparcial dos fatos. Mais tarde, surgiram outras classificações complementares: Jornalismo Interpretativo – papel educativo, esclarecedor; Jornalismo Diversional – tem como objetivo distrair, propiciar uma forma de lazer; e Jornalismo Utilitário – busca auxiliar nas tomadas de decisões cotidianas (MARQUES DE MELO; ASSIS, 2016). Esses papéis desempenhados pelos jornalistas são modificados conforme as demandas da sociedade democrática, que também se modifica, mediante a influência do jornalismo.

Além das mudanças em relação aos papéis jornalísticos, há também as mudanças geradas pela constante evolução tecnológica. Com o avanço da informática, o surgimento do microcomputador e depois a internet, os jornais começaram a utilizar novas ferramentas para produção e divulgação de notícias. Os computadores começaram a serem utilizados para fins operacionais – como a digitação de novas obras e a digitalização de obras anteriores. Essa mudança aumentou o potencial de documentação e edição dos textos jornalísticos. Mais tarde, com o advento da internet, o computador passou a exercer também o papel de instrumento de mediação dos processos comunicacionais, assim como a televisão, o rádio e outras mídias (ARNT, 2002).

Os jornais on-line existem desde o surgimento da internet. Começaram com a disponibilização de algumas notícias, edições antigas dos jornais impressos, e, mais tarde, foram acrescentadas as funções de buscas temáticas. Depois, começaram a surgir portais especialistas em notícias, que se destacaram pela agilidade para noticiar. Esses jornais essencialmente digitais desenvolveram características

próprias, como o uso de recursos multimídia e o caráter não perecível dos conteúdos publicados (ARNT, 2002).

Nos sites de redes sociais digitais como o Facebook e o Twitter, as notícias publicadas pelos portais de notícias e jornais on-line são compartilhadas pelos usuários em forma de links com a manchete na URL¹². Estudo divulgado em junho de 2016 pela Universidade de Columbia e o Instituto Nacional Francês sinaliza que 59% dos links compartilhados em redes sociais não chegam a ser clicados de fato (DEWEY, 2016). Segundo Ellison e Boyd (2013), esses sites constituem terreno fértil para a propagação de *Fake News*, porque além de a maioria dos usuários não lerem as matérias em sua totalidade, os conteúdos visualizados no *feed*¹³ de notícias se limitam ao que é compartilhado por amigos ou páginas seguidas pelo usuário (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Essas limitações ocorrem também devido à filtragem de postagens com base em algoritmos computacionais, que são programados para obter experiências menos desagradáveis em sites de redes sociais. Segundo Pariser (2012), esses conteúdos personalizados que aparecem para os usuários em sites como o Facebook destacam pensamentos convergentes com os seus próprios. Para Soares (2017), isso pode gerar a impressão de que a opinião deste usuário é legitimada por todos os seus contatos, mesmo que defenda ideias ou posicionamentos de reduzida aceitação em contextos macros. Esse efeito está relacionado à pós-verdade, que foi definida pelo dicionário Oxford (2016) como a época em que as emoções e crenças pessoais têm mais influência em moldar a opinião pública que os fatos objetivos. Pós-verdade foi escolhida como palavra do ano em 2016 pelo mesmo dicionário, após a eleição presidencial nos Estados Unidos e o Brexit¹⁴ no Reino Unido, onde houve disseminação significativa de Fake News no meio digital. O termo Fake News se popularizou, levando à produção de trabalhos científicos com o objetivo de entender como essas notícias falsas tomam forma e divulgam inverdades na internet. Fake News são informações noticiosas, que buscam alertar o público para

¹² Em tradução literal do inglês para o português, a sigla URL, ou Uniform Resource Locator, trata-se de um localizador padrão de recursos. De maneira resumida, a URL é a maneira de um site ou blog ser encontrado na rede.

¹³ Em tradução literal da língua inglesa para a língua portuguesa, a palavra feed significa alimentação. Nas redes sociais e, mais especificamente, no Facebook, tal termo traz a ideia de fluxo, em que há uma lista de atualização de conteúdos baseada no perfil de cada usuário.

¹⁴ Brexit é o processo de saída do Reino Unido da União Europeia, iniciado em 2017, com previsão de término em 2020.

uma situação ou manifestar um ponto de vista de um acontecimento. Porém, como se pode deduzir pelo nome, possui parte ou todo seu conteúdo constituído por inverdades (PAULA; BLANCO; SILVA, 2018).

Higgins (2016) explica a existência de um plano de relativismo epistêmico, onde a visão do que é verdade pode variar de acordo com o contexto. Ou seja, para um relativista extremo, a verdade é um ponto de vista, e, por ser uma questão subjetiva, dificulta a sua identificação. Flores (2017) explica que a insinuação pode ser a inferência falseadora na pós-verdade. Nesse processo de insinuação, o objetivo do conteúdo veiculado não é apresentar fatos, mas estimular a interpretação parcial a partir das crenças do receptor. Com um rumor, é possível prejudicar a reputação de uma empresa, derrubar governos ou até comover uma nação inteira (PAULA; BLANCO; SILVA, 2018).

A pós-verdade afeta diretamente o jornalismo contemporâneo. Por isso, medidas foram tomadas para aumentar a credibilidade dos veículos e da própria profissão. A partir desse cenário, em que os integrantes das redes sociais confiam mais uns nos outros do que em qualquer veículo tradicional da imprensa, começaram a emergir as agências de *fact-checking*¹⁵, que - como pode-se deduzir pelo nome - são agências que checam as notícias. Essas agências prestam contas à rede internacional de checadores, chamada *International Factchecking Network*¹⁶ (IFCN). A rede possui um código de princípios que exige imparcialidade, transparência das fontes, transparência de financiamento da organização, transparência de método e correções francas e amplas, além de promover uma conferência anual, que ocorre no dia seguinte ao da mentira (2 de abril). Nessa data é comemorada o dia internacional do *fact-checking* (SANTOS; SPINELLI, 2017).

No Brasil, a Agência Lupa e o Aos Fatos possuem a certificação do IFCN. Além dessas instituições, veículos como o jornal Estadão e o portal de notícias G1 têm tomado iniciativas para checar notícias. No G1, o serviço de checagem é chamado G1 Fato ou Fake, e, no Estadão, a divulgação das checagens é exibida no blog Estadão Verifica. Em uma época em que o jornalismo passa por uma crise de credibilidade, ações como essas surgem para buscar a retomada da confiança nos veículos tradicionais - além de proporcionar novas oportunidades de negócio para os

¹⁵ Em tradução literal do inglês para o português, *fact-checking* significa “verificando os fatos”.

¹⁶ Em tradução literal do inglês para o português, *International Factchecking Network* significa “rede internacional de verificação de fatos”.

jornalistas - que além das funções tradicionais, podem se especializar em checagem de notícias.

2.5 Eleição presidencial brasileira de 2018

O Brasil é um país democrático, que tem um sistema representativo presidencial proporcional, no qual o cenário é constituído por diversos partidos organizados em coalizões amplas. O presidente é o chefe de Estado e é eleito para um mandato de quatro anos, com a possibilidade de reeleição a um segundo mandato consecutivo. O cargo é preenchido por meio de um processo eleitoral de até dois turnos, onde o segundo não é necessário, se um candidato consegue atingir mais de 50% dos votos na primeira votação. No caso de segundo turno, o pleito ocorre após três semanas, com a disputa entre os dois primeiros colocados (BARASH; HIRSCH; HOWARD; KIRA; KOLLANYI; LEDERER; MACHADO; MARCHAL, 2008).

O primeiro turno da eleição presidencial brasileira em 2018 ocorreu no dia 7 de outubro do mesmo ano, porém as campanhas eleitorais começaram antes. Em 24 de agosto, começou o período de propaganda eleitoral, após os candidatos já terem manifestado suas candidaturas nas redes sociais digitais e através de suas assessorias de imprensa aos veículos de mídia tradicionais. O Brasil era presidido em 2018 por Michel Temer, que assumiu o cargo em 2016, após o impeachment da até então presidenta Dilma Rousseff. O período eleitoral ficou marcado pela polarização entre a esquerda, que defendia a permanência no poder depois de 16 anos, e a direita, que não tinha um representante desde 2001 nesse cargo do poder executivo.

Essa polarização dividiu o país e fez com que as redes sociais se tornassem um terreno fértil para a disseminação de Fake News sobre os candidatos. De um lado, o Partido dos Trabalhadores (PT), defendeu até o último dia possível a candidatura do ex-presidente Luiz Inácio da Silva, que foi vetada pela lei que proíbe pessoas com condenações criminais de concorrerem a cargos políticos eletivos¹⁷. Do outro lado, um movimento de oposição aos últimos 16 anos de governo, que tinha na figura de Jair Bolsonaro (Partido Social Liberal), o líder nas pesquisas de

¹⁷ BRASIL. Constituição (2010). Lei Complementar nº 135, de 04 de junho de 2010. Brasília, DF.

intenção de voto, após a definição do veto à candidatura de Lula. Bolsonaro (PSL) foi esfaqueado durante a campanha – fato que despertou teorias conspiratórias e serviu de assunto para Fake News nas redes sociais - ao alegar que o episódio havia sido organizado pela esquerda.

Bolsonaro, que tinha menos tempo disponível no horário eleitoral obrigatório da mídia tradicional, apostou nos sites de redes sociais como seus principais canais de comunicação com o público. O menor tempo para propaganda eleitoral no rádio e televisão, é devido ao fato de seu partido até aquele momento não ter um número expressivo de representantes eleitos no congresso nacional. As Fake News tiveram destaque na disputa, que apesar de ter um número expressivo de candidatos (13), teve na rivalidade PT x PSL a maior incidência de notícias falsas. Usuários de redes sociais digitais emitiram discursos de ódio aos candidatos desses dois partidos, que, no caso do PT, ainda teve um segundo candidato na figura de Fernando Haddad (substituto de Lula).

Os treze candidatos à presidência no primeiro turno foram: Jair Bolsonaro, Fernando Haddad, Ciro Gomes, Geraldo Alckmin, João Amoêdo, Benevenuto Daciolo, Marina Silva, Guilherme Boulos, Alvaro Dias, Henrique Meirelles, Vera Lúcia, José Maria Eymael e João Vicente Goulart. Os candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad obtiveram as duas maiores votações, e, por isso, disputaram o segundo turno. No dia 28 de outubro de 2018, Jair Bolsonaro foi eleito o trigésimo oitavo presidente do Brasil com 55% dos votos¹⁸.

3 Levantamento e análise de dados

A coleta dos dados foi realizada no Facebook em Novembro de 2019, considerando as *Fake News* com mais de 20 mil compartilhamentos, entre as quais, foram constituídas - exclusivamente - por imagem e legenda. Considerou-se as *Fake News* com data de postagem entre 24 de agosto de 2018 e 7 de outubro do mesmo ano, período em que ocorreu a campanha eleitoral, referente ao primeiro turno da eleição presidencial brasileira de 2018. Como pode-se observar no quadro 1:

¹⁸ MAZUI, Guilherme. Jair Bolsonaro é eleito presidente e interrompe série de vitórias do PT. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/jair-bolsonaro-e-eleito-presidente-e-intrompe-serie-de-vitorias-do-pt.ghtml>>. Acesso em: 24 out. 2019.

Quadro 1 - *Fake News* com mais de 20 mil compartilhamentos entre 24/08/2018 e 07/10/2018

Postagem com Fake News	Número de Compartilhamentos	Data de Postagem
“Haddad é o criador do Kit Gay para crianças de 6 anos.”	61.000	21/09/2018
“Estão intimidado pessoas que estão adesivando os carros com apoio a Bolsonaro.”	23.000	19/09/2018

Fonte: elaborado pelo autor

As *Fake News* informadas no quadro 1 foram compartilhadas no Facebook em 2018 e continuam disponíveis no site de rede social com mais usuários no Brasil. Contudo, apesar das postagens não terem sido excluídas, foram adicionados artigos relacionados, onde são informadas as verificações das notícias pelo mecanismo de combate às *Fake News* do Facebook, chamado *Third Party Fact-Checking Project*¹⁹.

Com a finalidade de atingir os objetivos propostos a essa pesquisa, cada publicação terá sua imagem e legenda descritas no quadro abaixo:

Quadro 2 - Descrições das postagens

Postagem com Fake News	Legenda	Imagem
“Haddad é o criador do Kit Gay para crianças de 6 anos.”	“Se ele criou o Kit gay para crianças de 6 anos de idade como ministro da Educação de Lula imagine a imoralidade que esse homem faria como presidente do nosso país. Contra um governo imoral e em favor do futuro de nossas Crianças Haddad você tem meu Desprezo!!!! #EleJamais”	Foto do rosto de Fernando Haddad em expressão séria, com o seguinte texto na parte superior: “Se você defende as crianças não vote nele”. Na parte inferior, o seguinte texto: “Haddad é o criador do kit gay para crianças de 6 anos”. O texto da parte superior está na cor branca e o da parte inferior na cor amarela. Ambos em caixa alta. A imagem foi

¹⁹ Em tradução literal do inglês para o português, *Third Party Fact-Checking Project* significa “projeto de verificação de fatos de terceiros”.

		editada em programa de edição gráfica.
“Estão intimidado pessoas que estão adesivando os carros com apoio a Bolsonaro.”	“Isso não é discurso de ódio. É ódio e violência. Estão intimidado pessoas que estão adesivando os carros com apoio a Bolsonaro. Triste. Demonstração de intolerância e radicalização”	Foto de homens vestidos com camisetas vermelhas (estampadas com a identidade visual do PT) batendo em outro homem que estava vestindo camiseta com a bandeira brasileira estampada nas costas. A imagem foi editada em programa de edição gráfica.

Fonte: elaborado pelo autor

Figura 1 – *Print Screen* de tela da imagem utilizada na postagem do dia 21/09/2018



Fonte: Facebook (2018)

A agência de *fact-checking* Aos Fatos verificou a postagem do dia 21/09/2018, e constatou que a notícia divulgada é falsa. O chamado “kit gay” é, na verdade, o projeto Escola Sem Homofobia, produzido em 2011 por organizações de defesa da população LGBT em convênio com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), uma autarquia do Ministério da Educação, à época sob gestão de Fernando Haddad. O objetivo nunca foi promover qualquer tipo de sexualização, mas a aceitação e a inclusão da população LGBT (MOURA; CYPRESTE, 2018).

O material não era destinado “a crianças de seis anos”, mas a estudantes do ensino médio, adolescentes e pré-adolescentes. Duas das peças audiovisuais contidas no projeto tinham classificação indicativa a partir de 11 anos, e uma era

livre. Ainda assim, o caderno do Escola Sem Homofobia recomendava aos educadores “assistir/ouvir e verificar se o material é adequado à reflexão sobre o tema e a seu público”. As atividades também eram propostas como sugestões, e não parte de uma disciplina obrigatória (MOURA; CYPRESTE, 2018).

O projeto Escola Sem Homofobia não chegou às escolas públicas brasileiras, tendo sido vetado pela então presidente Dilma Rousseff (PT), após pressão da Frente Parlamentar Evangélica na Câmara dos Deputados (MOURA; CYPRESTE, 2018). Essa Fake News, que obteve número significativo de compartilhamentos, ainda contou com 951 comentários na publicação original. Esses comentários foram categorizados da seguinte forma:

- Desaprovação: conteúdo em forma de texto, imagem ou emoji, que demonstre desaprovação à postagem de forma pacífica ou apoio ao candidato criticado na Fake News;
- Discurso de ódio: conteúdo em forma de texto, imagem ou emoji, que demonstre agressividade, seja contra candidatos ou usuários do Facebook;
- Aprovação: conteúdo em forma de texto, imagem ou emoji, que demonstre aprovação à postagem ou apoio ao candidato beneficiado por ela;
- Dúvida: conteúdo em forma de texto, imagem ou *emoji*, que demonstre dúvida em relação à postagem;
- Marcação de amigo: conteúdo em forma de citação de um ou mais utilizadores do Facebook;

Respostas aos comentários publicados não foram considerados para essa pesquisa, assim como conteúdos em outros formatos, além dos mencionados nas descrições das categorias.

Quadro 3 – Categorização dos comentários na postagem do dia 21/09/2018

Categoria	Número de comentários
Desaprovação	115
Discurso de ódio	91
Aprovação	183
Dúvida	9
Marcação de amigo	20
Total de comentários categorizados:	418

Fonte: elaborado pelo autor

Como pode-se observar, houve 183 comentários de aprovação à postagem e ao candidato Bolsonaro (candidato defendido pelo usuário que postou Fake News). O segundo número maior de comentários, foi de desaprovação à postagem e apoio à Haddad. A classificação Discurso de ódio abrangeu os comentários dessa natureza emitidos tanto pelos que apoiaram a postagem e criticaram Haddad, quanto os que estavam criticando a postagem e criticando Bolsonaro. As classificações Dúvida e Marcação de amigo não indicam aprovação, nem desaprovação, tanto à postagem, quanto aos candidatos.

O resultado da categorização dos comentários evidenciou a polarização que existiu na eleição de 2018, além de um índice significativo de discursos de ódio a eleitores e candidatos. Também sinalizou o potencial que Fake News têm de se disfarçarem de notícias, fazendo com que muitos acreditem em seus conteúdos e repassem informações inverídicas. Apesar de a postagem ter sido feita durante a campanha do primeiro turno, quando tinham 13 candidatos na disputa, a maior parte dos comentários envolveram os nomes de Bolsonaro e Haddad. Somente Ciro Gomes foi citado, entre os outros candidatos que faziam parte da disputa.

Figura 2 – *Print Screen* de tela da imagem referente à postagem do dia 19/09/2018



Fonte: Facebook (2018)

A Agência Lupa verificou a postagem do dia 19/09/2018, e constatou que a notícia divulgada é falsa. A imagem foi editada e não tem qualquer relação com a campanha eleitoral de 2018. Na foto original, a pessoa agredida não veste a camiseta do Brasil, mas uma camiseta branca. A empresa detentora dos direitos da imagem, informou ainda que a foto data de fevereiro de 2015 e foi feita no centro do

Rio de Janeiro, em um ato promovido pela Central Única dos Trabalhadores (CUT) em defesa da Petrobras (BECKER, 2018).

Na ocasião, o conflito ocorreu quando os sindicalistas se encontraram com um grupo de manifestantes que tentavam boicotar o evento, defendendo investigações na empresa. Portanto, a afirmação de que seria um ato contra pessoas adesivando carros em apoio à Bolsonaro não é verdadeira (BECKER, 2018). A *Fake News*, que obteve número significativo de compartilhamentos, ainda contou com 90 comentários na publicação original. Esses comentários foram categorizados conforme o quadro abaixo, utilizando os mesmos critérios da postagem anterior:

Quadro 4 – Categorização dos comentários na postagem do dia 19/09/2018

Categoria	Número de comentários
Desaprovação	3
Discurso de ódio	28
Aprovação	40
Dúvida	0
Marcação de amigo	1
Total de comentários categorizados:	72

Fonte: elaborado pelo autor

Ao contrário da categorização dos comentários referente à postagem do dia 21/09/2018, na do dia 19/09/2018, o número de comentários apoiando o candidato beneficiado pela *Fake News* foi maior que a metade dos comentários categorizados. Além disso, o número de comentários com discursos de ódio foi maior que o de comentários respeitosos criticando a postagem. Não houve comentários com dúvidas em relação ao conteúdo divulgado na postagem, e somente 1 usuário foi marcado nos comentários. Em ambas as postagens, o número de comentários de usuários que acreditaram no conteúdo falso obteve maior incidência que os que questionaram ou criticaram às postagens.

4 Considerações finais

Ao longo desse trabalho, foram percorridos caminhos importantes para sua conclusão. Desde a delimitação do tema, formulação do problema de pesquisa e objetivos, à construção do referencial teórico, definição da metodologia e, por fim, a análise. Ficou evidente que houveram *Fake News* no Facebook durante a eleição presidencial brasileira de 2018, e, que essas notícias falsas diferem-se de forma significativa das notícias falsas tradicionais.

Os sites de redes sociais proporcionam a esses conteúdos maior perenidade, capacidade de disseminação e interação, de forma rápida e inovadora. Porém, as verificações das notícias também se tornaram mais ágeis, e as agências de *fact-checking* já constituem um novo modelo de negócio para o jornalismo nacional e internacional.

Pode-se concluir também que a maior parte dos usuários que interagiram com as postagens acreditaram nas inverdades publicadas, e que essas postagens impactaram de forma significativa na construção de discursos de ódio a candidatos. Foram divulgadas imagens ou frases falsas, fora de contexto e desatualizadas, que contribuíram para gerar revolta nos eleitores.

Fica como objetivo para os próximos trabalhos sobre o tema, analisar como as Fake News são divulgadas nas outras redes sociais da internet, como: Instagram, YouTube, WhatsApp, Twitter e LinkedIn.

Referências

A cada 100 vítimas de homicídio no Brasil, 71 são negras, diz estudo. 2017. Jornal Nacional. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/11/cada-100-vitimas-de-homicidio-no-brasil-71-sao-negras-diz-estudo.html>>. Acesso em: 25 maio 2019.

AMARAL, Luiz. Técnica de Jornal e Periódico. 5. Ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro: 2001.

ARNT, Hérís. Do jornal impresso ao digital: novas funções comunicacionais. 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/112387761741423585806970624436597686749.pdf>>. Acesso em: 07 ago. 2019.

AVRITZER, Leonardo & WAMPLER, Brian. Públicos participativos: sociedade civil e novas instituições no Brasil democrático. In: Coelho, Vera Schattan; Nobre, Marcos (Orgs.). Participação e deliberação: teoria democrática e experiências institucionais no Brasil contemporâneo. São Paulo: Editora 34, 2004, p.210-238.

BECKER, Clara. #Verificamos: É antiga e foi adulterada imagem usada para acusar petistas de agredir defensores de Bolsonaro. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/09/25/verificamos-imagem-petistas-agressa-o-bolsonaro/?fbclid=IwAR39rc_kDut-YA-0PxfhLCKb4rx78oPfiH3q2t5H_nHhKmN1q5DJ9OFk644>. Acesso em: 25 set. 2018.

BEER, David. Social network site revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 2, p. 516-529, 2008. Disponível em <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2008.00408.x/epdf>. Acesso em 25 abril 2019.

BENHABIB, Seyla. Models of public space: Hannah Arendt, the liberal tradition, and Jürgen Habermas. In: CALHOUN, Craig. (Ed.). *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT Press, 1996.

BOUNEGRU, L., Gray, J., Venturini, T. & Mauri, M. (2017). A Field Guide to Fake news. Public ARTIGOS | 167 Data Lab. Retrieved from <http://fakenews.publicdatalab.org/>.

BOURDIEU, P. Conferência do Prêmio Goffman: a dominação masculina revisitada. In: LINS, D. (Org.). *A dominação masculina revisitada*. Campinas: Papyrus, 1998, pp. 11-27.

Brand finance. Disponível em: <<https://brandfinance.com/>>. Acesso em: 04 de maio 2019.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição Federal nº Art. 3º, I e IV, de 05 de outubro de 1988. 91/2016. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF.

BRASIL. Constituição (2010). Lei Complementar nº 135, de 04 de junho de 2010. Brasília, DF.

Brasil é o 3º país com o maior número de usuários do Facebook. 2019. Disponível em:

<<https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/brasil-e-o-3-pais-com-o-maior-numero-d-e-usuarios-do-facebook-02032019>>. Acesso em: 04 abr. 2019.

BRASIL. Lei nº 8.078/90, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Brasília, DF, 11 set. 1990. Art. 37, § 1º.

CALHOUN, Craig. Introduction: Habermas and the public sphere. In: _____. (Ed.). *Habermas and the public sphere*. Cambridge; London: MIT Press, 1992, p.1-49.

CARVALHO, Tatiane E. M. de; GURGEL, Eduardo Amaral. Gêneros jornalísticos no ciberespaço: estudo sobre os portais UOL e G1. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 33., 2010, Caxias do Sul. Anais. Caxias do Sul: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p. 01 - 15.

CASTELLS, M. (2003). *A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE, 04., 2017, Santa Maria. Mais amor, por favor: o discurso de ódio nas redes sociais e a consequente violência contra transexuais. Santa Maria: UFSM, 2017. 15 p.

COSTA, Lailton da. Gêneros jornalísticos. In: ASSIS, Francisco de; MARQUES DE MELO, José (Org.). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Metodista, 2010.

- COSTA, Sergio. Esfera pública, e as mediações entre cultura e política: para uma leitura sociológica da democracia. *Revista Travessias*, nº 1, Rio de Janeiro, 2000.
- CUNHA, Thaís. Brasil lidera ranking mundial de assassinatos de transexuais. 2019. Disponível em: <<http://especiais.correiobraziliense.com.br/brasil-lidera-ranking-mundial-de-assassinatos-de-transexuais>>. Acesso em: 02 jun. 2019.
- DEARO, Guilherme. Amazon é a marca mais valiosa do mundo, revela Brand Finance 2019. 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/marketing/amazon-e-a-marca-mais-valiosa-do-mundo-revela-brand-finance-2019/>>. Acesso em: 09 mai. 2019.
- DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake news on online social media: propagation and reactions to misinformation in search of clicks. *Media & Jornalismo*, [s.l.], v. 18, n. 32, p.155-169, 2018. Coimbra University Press. http://dx.doi.org/10.14195/2183-5462_32_11.
- DEWEY, C. (2016). 6 in 10 of you will share this link without reading it, a new, depressing study says. *The Washington Post*. Encontrado em <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-without-reading-it-according-to-a-new-and-depressing-study/>.
- DICIONÁRIO OXFORD (Ed.). *Cambridge dictionary*. Reino Unido: Cambridge, 2016.
- ELIAS, N. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- ELLISON, N. B.; BOYD, D. M. (2013). Sociality through social network sites. In Dutton, W. H. (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Fake news é eleita palavra do ano por dicionário Collins. 2017. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/fake-news-e-eleita-palavra-do-ano-por-dicionario-collins/>>. Acesso em: 24 jul. 2019.
- FLORES, Pablo Jamiik. Inferências Falseadoras Como Base Para A Pós-Verdade. *Línguas&letras*, Cascavel (PR), v. 18, n. 41, p.20-32, 2017. Disponível em: . Acesso em: 20 set. 2019.
- FRASER, Nancy. Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. In: CALHOUN, Craig (Ed). *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT Press, 1996.
- FUCHS, Christian. Mídias sociais e a esfera pública. *Revista Contracampo*, v. 34, n. 3, ed. dez/2015-mar/2016. Niterói: Contracampo, 2015, p. 5-80.
- GARDINER, Michael E. Wild publics and grotesque symposiums: Habermas and Bakhtin on dialogue, everyday life and the public sphere. In: Crossley, Nick & Roberts, Michael (Eds.), *After Habermas: new perspectives on the public sphere*. Oxford: Blackwell, 2004, p.28-48.
- GARTON, L.; HARTHORNTHWAITE, C.; WELLMAN, B. Studying online social networks. *Journal of Computer Mediated Communication*, v.3, n.1, 1997. Available from: <<http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html>>. Cited: 7 Dec. 2009.
- GIMENEZ, Sandra. Brasil cai 17 posições em ranking global que mede discriminação contra mulheres. 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/brasil-cai-17-posicoes-em-ranking-global-que-mede-discriminacao-contramulheres-23287814>>. Acesso em: 25 maio 2019.
- GOMES, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras*, v.7, n.3, p.214-222, 2005.

- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. 398p.
- HIGGINS, Kathleen. Post-truth: a guide for the perplexed. *Nature*, 540, 9, 1º Dec. 2016. doi:10.1038/540009a. Disponível em: . Acesso em: 15 set. 2019.
- LAVALLE, Adrián Gurza. Jürgen Habermas e a virtualização da publicidade. *Revista Margem*, n.16, 2002, p.65-89.
- LEMOS, A. *Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2002.
- LESSIG, L. *Code and other laws of cyberspace*. New York: Basic Books, 1999.
- LLORCA-ABAD, Germán; CANO-ORÓN, Lorena. How Social Networks and Data Brokers trade with Private Data. *Redes.com: Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación*, n. 14, 2016, p. 85-103. Disponível em <http://revistaredes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/454> Acesso em: 04 de abril de 2019.
- LOSEKAN, Cristiana. A esfera pública habermasiana, seus principais críticos e as possibilidades do uso deste conceito no contexto brasileiro. *Pensamento Plural*, Pelotas, n. 04, p.37-57. Acesso em: 20 abr. 2019.
- LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: UnB, 1996.
- MACHADO, Caio; KIRA, Beatriz; HIRSCH, Gustavo; MARCHAL, Nahema; KOLLANYI, Bence; HOWARD, Philip N.; LEDERER, Thomas; BARASH, Vlad (2018). "News and political information consumption in Brazil: Mapping the first round of the 2018 Brazilian presidential election on Twitter". *The computational propaganda project. Algorithms, automation and digital politics*. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/brazil2018>.
- MARQUES DE MELO, José. Gêneros Jornalísticos: conhecimento brasileiro. In: MARQUES DE MELO, José; ASSIS Francisco (Orgs). *Gêneros Jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.p. 23-41.
- MEDEIROS, Jackson da Silva. Considerações sobre a esfera pública: redes sociais na internet e participação política. *Transinformação*, Campinas, v. 01, n. 25, p.01-08, Acesso em: 03 de maio de 2019.
- MILAGRE, José; SEGUNDO, José Eduardo Santarém. A propriedade dos dados e a privacidade na perspectiva da Ciência da Informação. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*, v. 20, n. 43, p. 47-76, mai./ago., 2015.
- MOCELLIM, Alan. Lugares, não-lugares, lugares virtuais. *Em Tese*, Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 77-101, jan./jul. 2009.
- MORAES, D. O ativismo digital. *Biblioteca online de ciências da comunicação*. 2001. Disponível em: Acesso em: 30 abr. 2011.
- Mortes violentas de LGBT no Brasil. 2018. *Homofobia mata*. Disponível em: <<https://homofobiamata.files.wordpress.com/2019/01/relatorio-2018-1.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2019.
- MOURA, Bernardo; CYPRESTE, Judite. É falso que Haddad criou 'kit gay' para crianças de seis anos. 2018. Disponível em: <<https://aosfatos.org/noticias/e-falso-que-haddad-criou-kit-gay-para-criancas-de-seis-anos/?fbclid=IwAR1VO6agm0nKCnQPvQhKhH-vdapmg6FW1XPyYffRa9luamyxUiioCZ8aUes>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

- MUSSO, P. A filosofia da rede. In: PARENTE, A. (Org.). *Tramas da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2010. p.17-38.
- NICOLIS, G. e PRIGOGINE, I. *Exploring Complexity. An Introduction*. New York: W. H. Freeman and Company, 1989.
- OLIVEIRA, Vânia Aparecida Rezende de. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. 2010. 7 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão Social, Ebape, Rio de Janeiro, 2009.
- PARISER, Eli. *O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- PAULA, L. T.; BLANCO, Y. A.; SILVA, T. R. S. Pós-verdade e fontes de informação: um estudo sobre fake news. *Revista Conhecimento em Ação*, Rio de Janeiro, v.2, n.1, jan./jun. 2018. Disponível em: . Acesso em: 11 set. 2019.
- PERLATTO, Fernando. Habermas, a esfera pública e o Brasil. *Estudos Políticos, Juiz de Fora*, v. 01, n. 04, p.01-17. Acesso em: 20 abr. 2019.
- PESQUISA Ibope aponta que 66% confiam mais em sites de notícias. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/pesquisa-ibope-aponta-que-66-confiam-mais-em-sites-de-noticias.shtml>>. Acesso em: 07 abr. 2019.
- RECUERO, R. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SIBILIA, P. Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica. do sujeito. Grupo de Tecnologias Informacionais da Comunicação e Sociedade, XII Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação COMPOS, Niterói/ RJ, 2003.
- Significado de Software. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/software/>>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- Significado de Streaming. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/streaming/>>. Acesso em: 20 abr. 2019.
- SILVA, Júlio César Casarin Barroso. Liberdade de expressão e expressões de ódio. *Revista Direito*, São Paulo, v. 01, n. 11, p.01-28. Acesso em: 25 maio 2019.
- SOARES, Felipe Bonow. Dilemas éticos para a concepção de esfera pública nas mídias sociais. *Intercom*, Porto Alegre, v. 01, n. 04, p.1-15. Acesso em: 25 abr. 2019.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2011.
- SOUZA, Mariana Jantsch de. *Discurso de ódio e dignidade humana: uma análise da repercussão do resultado da eleição presidencial de 2014*. 2018. 32 f. Tese (Doutorado) - Curso de Direito, IFSul, Pelotas, 2018.
- SPINELLI, E.; SANTOS, J. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. *Revista Observatório*, v. 4, n. 3, p. 759-782, 29 abr. 2018.
- STEIN, Marlucci; NODARI, Cristine Hermann; SALVAGNI, Julice. Disseminação do ódio nas mídias sociais: análise da atuação do social media. *Interações (campo Grande)*, [s.l.], v. 19, n. 1, p.43-100, 16 fev. 2018. Universidade Católica Dom Bosco. <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v19i1.1535>.
- STEPHENS, Mitchel. *História das comunicações: do tantã ao satélite*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- STROPPIA, Tatiana; ROTHENBURG, Walter Claudius. Liberdade de expressão e discurso do ódio: O conflito discursivo nas redes sociais. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM*, [s.l.], v. 10, n. 2, p.1-19, 17 dez. 2015. Universidade Federal de Santa Maria. <http://dx.doi.org/10.5902/1981369419463>.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico: o jornalismo e as notícias. 2007. 70 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Goiás, São Paulo, 2007.

VAN DIJK, Teun A. La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós, 1996.

WATTS, D. J. e STROGATZ, S. H. Collective Dynamics of 'small-world' networks. In: Revista Nature, vol. 393, p.440-442, 4 de junho de 1998.

YOUNG, Iris Marion. Inclusion and democracy. Oxford: Oxford University Press, 2000.

ZARET, David. Religion, Science and printing in the public spheres in seventeenth-century England, pp. 2012-235. In: CALHOUN, Craig. (ed.) Habermas and the public sphere. Massachusetts. MIT Press, 1992.