
Debates sobre a Regulação de Fake News nas Eleições Brasileiras de 2018: Polarização Ideológica e Crise de Credibilidade do Jornalismo¹

José Ismar Petrola JORGE FILHO²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Neste artigo, analisamos como veículos jornalísticos cobriram a questão das *fake news* durante a campanha eleitoral de 2018 no Brasil. Durante a campanha eleitoral, o debate em torno do impacto das *fake news* e as medidas que poderiam ser tomadas para controlá-las foi uma das pautas que polarizaram as diversas correntes ideológicas. A partir de uma seleção de mais de 1.400 notícias de 7 veículos entre agosto e novembro de 2018, observamos que as *fake news* contribuem para uma crise de credibilidade do jornalismo e as posições mais ou menos favoráveis à regulação de *fake news* por autoridades se alinham às orientações políticas de cada veículo.

PALAVRAS-CHAVE: *fake news*; jornalismo; redes sociais; comunicação; liberdade de expressão.

TEXTO DO TRABALHO

Introdução

As redes sociais trazem uma variedade de produtores de conteúdo e, portanto, de visões de mundo muito maior do que a oferecida pela grande mídia e pelos canais de rádio e TV. Por outro lado, também propiciam a mistura cada vez maior entre jornalismo e entretenimento e a difusão de versões não fundamentadas dos fatos – desde artigos com opiniões muito enviesadas até teorias da conspiração e notícias falsas ou *fake news* (JORGE FILHO, 2019).

Durante as eleições de 2018 no Brasil, as redes sociais foram marcadas por intensa polarização política, resultado de um processo construído ao longo dos anos anteriores. Durante os governos dos presidentes Luiz Inácio Lula da Silva, entre 2002 e 2010, e

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da ECA-USP, e-mail: jose.ismar.filho@usp.br.

Dilma Rousseff, de 2010 a 2016, desenvolveu-se um universo de blogs e perfis em redes sociais, contrapondo blogueiros de esquerda, mais simpáticos ao governo, e blogueiros de direita, antipetistas, trazendo uma oposição política para as redes. Cláudia Lima (2015) observa que, nesse período, muitos jornalistas procuram os blogs como veículo para publicarem seus conteúdos sem as mesmas restrições de tempo, espaço e linha editorial que teriam num jornal ou revista. Assim, as redes serviram como canal para discussões políticas em governos marcados, ao mesmo tempo, por avanços em políticas sociais e por constantes denúncias de corrupção.

Esta polarização se tornou mais evidente a partir de meados de 2013, quando grandes protestos de rua deram vazão a insatisfações variadas de amplos setores da sociedade. A internet e as redes sociais tiveram um papel fundamental na organização e divulgação dos movimentos que fizeram as “jornadas de junho” de 2013 – por exemplo, através da atuação de canais como o *Mídia Ninja*, mantido por um coletivo de ativistas no Twitter, Facebook e YouTube (ELLWANGER, 2017). Isto num contexto em que as tecnologias ajudam a diminuir cada vez mais as distinções entre o jornalismo e outras manifestações, como o ativismo, o entretenimento e a publicidade.

Em contraposição à rede de blogs e perfis de esquerda em redes sociais, amplia-se uma rede de blogueiros, twitteiros e youtubers de direita, aglutinando movimentos de oposição ao PT como o Movimento Brasil Livre (MBL) em torno de bandeiras como o combate à corrupção. As denúncias da operação Lava-Jato da Polícia Federal, com amplo destaque no noticiário, acentuam esse cenário de polarização, levando a uma onda de protestos em 2015 e ao controvertido processo de impeachment contra Dilma Rousseff, destituída da presidência em agosto de 2016 e substituída pelo vice-presidente Michel Temer (COSTA, 2019).

Nesse contexto, chegamos a 2018 com 13 candidatos à Presidência da República, representando diversas correntes ideológicas: Álvaro Dias (Podemos), Cabo Daciolo (Patriota), Ciro Gomes (PDT), Geraldo Alckmin (PSDB), Guilherme Boulos (PSOL), Henrique Meirelles (MDB), Jair Bolsonaro (PSL), João Amoêdo (Novo), João Vicente Goulart (PPL), José Maria Eymael (DC), Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Marina Silva (Rede), Vera Lúcia (PSTU).

A polarização se desenvolveu de forma mais marcada entre Lula, do PT, e o capitão reformado do Exército Jair Bolsonaro, do PSL, que ganhou destaque por suas declarações polêmicas e posicionamentos radicalmente à direita. Em 2018, no início do

período eleitoral, Lula, que seria o candidato pelo PT, foi preso em consequência de denúncias de corrupção e substituído por Fernando Haddad. Pouco depois, em setembro de 2018, Jair Bolsonaro sofreu um atentado a faca durante um ato de campanha, que o tirou dos debates e da campanha nas ruas. Sua estratégia de campanha passou a se voltar, cada vez mais, para a internet e as redes sociais.

Nesse contexto, os jornais, revistas e portais online da grande imprensa destacam o papel das redes sociais para a radicalização política, com sua intensa circulação de conteúdos enviesados, por vezes extremistas, e *fake news*. Em *clipping* realizado pelo Observatório de Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão da USP (Obcom) em parceria com o Instituto Palavra Aberta, analisando a cobertura de 7 veículos (*Carta Capital, O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, O Globo, Poder 360, UOL e Veja*) foram identificadas 1.437 matérias com as palavras-chave redes sociais e *fake news*, sinalizando a importância que essa temática assumiu para os veículos. Além dos desmentidos de *fake news*, a cobertura inclui análises sobre o real impacto que elas poderiam ter no resultado das eleições e que medidas poderiam ser tomadas por autoridades a respeito.

Diversas iniciativas foram tomadas por parte de jornalistas para se contrapor às *fake news*, como agências de *fact-checking* (verificação de fatos) – por exemplo, *Comprova*, parceria de 24 veículos de comunicação com o objetivo de detectar e desmentir *fake news*, e o site *Aos Fatos*, com a proposta de verificar a veracidade do conteúdo de declarações de autoridades, e a *Agência Lupa*, uma das pioneiras em checagem de *fake news*, ligada à revista *Piauí*.

***Fake news* como arma de batalha ideológica**

Um dos primeiros problemas que se coloca ao observar a questão é a definição de *fake news*. Como diferenciá-las, por exemplo, de um jornalismo alternativo, que oferece interpretações da realidade sob vieses contra-hegemônicos, ou ainda de gêneros humorísticos que se utilizam de recursos ficcionais para satirizar o noticiário?

Allcott e Gentzkow (2017) definem *fake news* como artigos noticiosos intencionalmente falsos, cuja falsidade é verificável, e divulgados de maneira que possa enganar os leitores, muitas vezes simulando características de gêneros jornalísticos tradicionais. Nesta definição, não podem ser consideradas *fake news* as notícias falsas

publicadas por erro jornalístico não-intencional, nem as notícias que repercutem declaração falsa ou contraditória de uma fonte.

Desta forma, a sátira jornalística, quando devidamente identificada (por exemplo, notícias falsas publicadas em sites como *O Sensacionalista* ou *The i-Piauí Herald*), não constitui *fake news*, a menos que seja retirada de seu contexto e retransmitida sem os indicadores satíricos, podendo ser confundida com notícia fidedigna. Deborah Gerson (2014) propõe classificar esse gênero jornalístico como *pseudonotícia*, enquanto Jácome (2016) fala em *notícias simuladas*. Embora se reportem à realidade através de uma forma conotativa, são matérias que visam levar ao riso e pressupõem que o leitor já tenha algum conhecimento do noticiário recente.

Notícias falsas publicadas em jornais ocorrem há muitas décadas, o que se observa em veículos satíricos como *O Pasquim* ou sensacionalistas como *Notícias Populares*. Porém, quando nos referimos, hoje, às *fake news*, estamos falando de uma nova manifestação comunicacional, que só existe graças à possibilidade de disparo de uma mesma mensagem a milhares de usuários, por meio das redes sociais, permitindo uma produção barata com escala e alcance muito maiores. Segundo Allcott e Gentzkow (2017), sua motivação pode ser gerar lucro através dos cliques de usuários, ou ideológica, visando interferir em processos políticos como eleições ou plebiscitos.

O uso da expressão *fake news* se difundiu durante as eleições presidenciais norte-americanas de 2016, polarizadas entre Donald Trump, do Partido Republicano, e Hillary Clinton, do Partido Democrata. Ao mesmo tempo em que a campanha de Trump era acusada de promover a disseminação massiva de *fake news*, o candidato utilizava frequentemente a expressão *fake news* em suas declarações para desqualificar jornais tradicionais que o criticavam (COSTA, 2019).

Nos EUA em 2016, diversos pesquisadores apontam uma predominância de *fake news* a favor de Trump ou contra Hillary, quase sempre em torno de temas sensíveis para setores conservadores do eleitorado norte-americano, como terrorismo, imigração, aborto, drogas, entre outros (ALLCOTT E GENTZKOW, 2017; GUESS *et al*, 2018).

Polarização semelhante tem sido observada no Brasil. No clipping realizado pelo Obcom e Instituto Palavra Aberta durante o período de agosto a novembro de 2018, o número de matérias produzidas por agências de *fact-checking* (verificação de fatos) como *Comprova* e *Aos Fatos* desmentindo *fake news* de direita é muito maior do que o de matérias desmentindo *fake news* de esquerda.

Alguns exemplos de *fake news* desmentidas pelo *Comprova* no período associam o PT a organizações criminosas e lançam dúvidas sobre a honestidade da imprensa e do processo eleitoral – por exemplo, pesquisa eleitoral falsa que indicaria 100% de rejeição a Bolsonaro em presídios (COMPROVA: PESQUISA..., 2019), boatos acusando Datafolha e outros institutos de distorcerem pesquisas para privilegiar o PT e notícias falsas de que venezuelanos teriam recebido os códigos das urnas eletrônicas (COMPROVA: CÓDIGOS..., 2019).

Outras *fake news* atacam o candidato Fernando Haddad, acusando-o de ter dito que governo deve decidir o gênero das crianças (COMPROVA: HADDAD..., 2019) e defendido o incesto em livro de sua autoria (COMPROVA: LIVRO..., 2019). O atentado contra Jair Bolsonaro também foi material para numerosas *fake news*, como as montagens fotográficas que mostrariam o autor da facada, Adélio Bispo, ao lado de Lula e outras lideranças de esquerda (COMPROVA: FOTO..., 2019).

A grande quantidade e variedade destas mensagens, em geral se reportando a pautas morais e religiosas, ou ao tema da segurança pública, mostram o processo de construção de um inimigo, associado com o crime, a blasfêmia e a perversão sexual.

Menos frequentes, as *fake news* anti-Bolsonaro detectadas pelo *Comprova* são mais comuns nas duas semanas antes do segundo turno, como especulações de que a facada teria sido uma simulação para esconder que o candidato teria um câncer (COMPROVA: MÉDICO..., 2019).

Jair Bolsonaro, durante a campanha eleitoral, teve pouca exposição nos veículos mais tradicionais, como debates pela televisão, tendo preferido as redes sociais e aplicativos de troca de mensagens para divulgar suas propostas de governo. Por sua vez, o PT investiu mais em estratégias tradicionais como a campanha nas ruas, com uma presença digital mais forte em blogs.

Fake news e desqualificação do jornalismo tradicional

O conteúdo dessas *fake news* destacadas pelo *Comprova* e similares sugere seu alinhamento com alguns dos movimentos que Isabel Ferin Cunha (2019) caracteriza como *desglobalização*. No final do século XX, com a derrocada da Guerra Fria, o processo da globalização estabelece uma hegemonia neoliberal ao redor do mundo, tendo como pilares o livre mercado, a comunicação em rede e a livre circulação de capitais. Porém, com as crises econômicas do início do século XXI, e frente à emergência de

potências econômicas como a China, ganham força numerosos movimentos populistas surgem ao redor do globo, organizados em torno de líderes que põem em causa alguns dos alicerces da democracia liberal, como os direitos humanos e as liberdades de imprensa e de expressão, vistos como luxos que não contribuem para a eficácia do governo (CUNHA, 2019).

Colocando-se como defensores de valores tradicionais de seus países que estariam sob ameaça e defendendo propostas nacionalistas, como o cerceamento a fluxos migratórios e o abandono de pactos internacionais, estes líderes ganham o apoio de amplos setores de classes médias que se veem ameaçadas pela precarização do trabalho, em países como Hungria, Áustria, Itália, Turquia, Filipinas e outros. Uma característica comum a esses líderes – entre os quais a autora situa Bolsonaro – é a rejeição a instâncias de mediação entre o Poder Executivo e a sociedade, como a imprensa:

“ (...) os líderes populistas tendem a manter uma comunicação direta com o “povo”, recorrendo a redes sociais, tais como Twitter, Facebook, WhatsApp, dentre outras, à criação de perfis de utilizadores fantasmas e a “disparos” de informações falsas, descaracterizadas e, ou, modificadas, a partir do domínio de tecnologias de programação e a apropriação indevida de dados, como por exemplo, o caso da empresa britânica Cambridge Analytica, nos Estados Unidos e no Brasil. A estratégia passa, ainda, por denunciar a “má informação” dos media mainstream opositores, acusá-los de facciosos e fabricantes de notícias falsas, bem como impedir o acesso de jornalistas às fontes oficiais (CUNHA, 2019)”.

A intensa circulação de *fake news* na campanha eleitoral e após a eleição contribui para o processo de desqualificação da grande imprensa. Frequentemente, as *fake news* disseminadas em redes sociais e aplicativos emulam recursos de linguagem da grande imprensa e se anunciam como uma espécie de jornalismo alternativo, que oferece interpretações da realidade diferentes da oferecida pela grande imprensa, contribuindo para uma crise de credibilidade do jornalismo (ALLCOTT E GENTZKOW, 2017). Loureiro e Casadei (2019) mostram que, durante a campanha de 2018, foi frequente a circulação de tweets com a expressão “Isto a Globo não mostra”, em geral com tom satírico. Vista como “de esquerda” pelos bolsonaristas e “de direita” pelos petistas, a Globo – e outros veículos jornalísticos tradicionais como *Folha de S.Paulo* – são alvos frequentes de desqualificação, seja através de *fake news* anônimas ou de blogs e perfis com forte viés ideológico.

A partir dos desmentidos do *Comprova*, pode-se notar que, comumente, as *fake news* são criadas e disseminadas em reação a notícias repercutidas pela grande imprensa.

Por exemplo, quando a *Folha de S.Paulo* fez denúncias de que empresários ligados à campanha de Bolsonaro estariam pagando de forma irregular por impulsionamento de conteúdos em redes sociais (MELLO, 2018), logo em seguida passaram a circular na rede diversas *fake news* caracterizando a autora da reportagem, Patrícia Campos Mello, como militante petista. Jair Bolsonaro também utilizou com frequência o termo *fake news* para se referir a notícias publicadas em grandes jornais que não o agradaram. Em discurso pouco antes do segundo turno das eleições, Bolsonaro ameaçou ordenar cortes de verbas publicitárias a jornais que o criticassem, prometendo um Brasil “sem *fake news*, sem *Folha de S.Paulo*” (BUCCI, 2018).

O problema da regulação das *fake news*, segundo os jornais

No início da campanha eleitoral, já se discutia o papel que as redes sociais teriam na definição do resultado. Em agosto, ganham destaque declarações do ministro Luiz Fux de que o uso de *fake news* por parte de uma campanha eleitoral poderia levar à sua anulação (CURY, 2018). Os jornais analisados também destacam um aumento de *fake news* na semana anterior ao primeiro turno das eleições, incluindo versões de que haveria fraudes nas urnas eletrônicas. Com a definição do segundo turno entre Haddad e Bolsonaro, o debate sobre a regulação das *fake news* se intensifica.

A *Folha* e *UOL* destacam que a judicialização das *fake news* se torna mais uma arma na disputa eleitoral: a coligação PT-PC do B apresentou diversas ações contra Bolsonaro por divulgação de *fake news* e criou um canal para recolher denúncias de notícias falsas, reunindo mais de 220 conteúdos, cuja retirada de circulação foi solicitada ao TSE e ao MPE (BERMÚDEZ, 2018). O pedido foi aceito pelo TSE, embora o número de conteúdos vetados tenha sido bem menor. Em nota, os advogados da coligação afirmam que:

"(...) todas as notícias retiradas pelo Poder Judiciário são extremamente graves e comprovam a deslealdade eleitoral e as mentiras que estão sendo veiculadas nas redes sociais contra a coligação. Muitas dessas notícias beiram à barbárie, envolvendo a exploração e afrontando a liberdade de crianças, a liberdade religiosa e, principalmente, os limites da liberdade de expressão. Embora tardia, a decisão do TSE revela que houve, nesta última semana, um aumento descomunal de *fake news* contra a Coligação "O Povo Feliz de Novo" em afronta aos princípios democráticos e à lisura eleitoral." (KRÜGER, 2018).

O Estado de S.Paulo, em editorial, classifica a ação do PT contra fake news como “desespero”:

A ofensiva da tigrada está assentada na acusação segundo a qual a candidatura de Bolsonaro está sendo impulsionada nas redes sociais por organizações que atuam no "subterrâneo da internet", segundo denúncia feita anteontem na tribuna do Senado pela presidente do PT, senadora Gleisi Hoffmann, que lançou o seu *J'accuse* de fãncaria. (O ESTADO DE S. PAULO, 2018).

Além do PT, o PDT preparou ação para pedir nulidade das eleições e o Psol entrou com ações no TSE para que o WhatsApp providenciasse mecanismos para diminuir o tamanho dos grupos permitidos e restringir o compartilhamento, encaminhamento e transmissão de mensagens, tendo em vista reduzir a circulação de *fake news* (PUPO E MOURA, 2018).

Tanto *UOL* e *Folha de S.Paulo* como *O Estado de S.Paulo* destacam que a atuação do TSE no combate às *fake news* foi falha, lenta e ineficiente, mas ressaltam que a regulação das *fake news* pode trazer o risco de uma censura a conteúdos legítimos veiculados nas redes. Daniela Lima, em seu artigo de 18/10 na *Folha de S. Paulo*, é mais incisiva nas críticas à atuação do TSE: “diante das centenas de questionamentos sobre a lisura da eleição, das urnas, e também diante das *fake news*, tudo o que os guardiões da Constituição produziram foi bravata, ironia e inação”. (LIMA, 2018).

O UOL destacou a existência de três projetos de lei em circulação no Congresso prevendo multa e/ou detenção para quem compartilhar *fake news*: o projeto de lei 473/2017, do senador Ciro Nogueira (PP-PI); o projeto de lei 6812/17, do deputado federal Luiz Carlos Hauly (PSDB-PR); e o projeto de lei 8592/2017, do deputado Jorge Côrte Real (PTB-PE). A matéria destaca a dificuldade de se definir o que seriam *fake news* e como fazer esse controle sem incorrer no risco de uma censura (TAJRA, 2018).

Os jornais destacam a inexistência de marco legal específico para a questão, sendo que eventuais ações se baseiam na definição de crime de ofensa a honra ou imagem de candidato, prevista no artigo 57 do Código Eleitoral. Além disso, destaca-se a dificuldade de provar a associação entre a campanha de Bolsonaro e o impulsionamento das *fake news* disseminadas em massa no período:

"É difícil configurar, até o momento, um eventual crime passível de impugnação da chapa encabeçada pelo candidato do PSL, Jair Bolsonaro, no caso relatado pelo jornal *Folha de S.Paulo* de empresas comprando pacotes de disparos em

massa de mensagens contra o PT no WhatsApp, disse à Reuters nesta quinta-feira uma fonte do Ministério Público com larga experiência em redes sociais. (...) Na minha percepção é bobinho, chega ser ingênuo a sociedade levantar a bola em cima disso aí. Não é impulsionamento de conteúdo, não tem efeito e, mesmo que seja uma *fake news*, *fake news* que um estranho mandou não tem efeito nenhum, disse" (BRITO, 2018).

O Globo relativiza até certo ponto o impacto das *fake news* e sua possível ligação com a campanha de Bolsonaro, criticando a tentativa do PT de acionar canais judiciais contra a disseminação de *fake news* pela campanha de Bolsonaro, que classifica como “autoritarismo”. Ao mesmo tempo, reafirma o papel da grande imprensa como fonte de informação mais qualificada para combater as mentiras que circulam nas redes sociais.

“O preocupante é que, na esteira das repercussões dessa onda de conteúdos de propaganda eleitoral desfechada por meio do WhatsApp, ressurgem propostas que até podem ser bem-intencionadas, mas são inconstitucionais, por invadirem os direitos à privacidade e à liberdade de expressão. Nenhuma ação que viole os arquivos que transitam nas redes é legal. (...) O caminho a seguir é o do aprendizado constante e da mobilização de empresas de comunicação, como o Grupo Globo, que montou uma equipe conjunta de checagens. O poder público pode contribuir com campanhas de esclarecimento, sem prejuízo da abertura de investigações na tentativa de encontrar e punir responsáveis. Mas nada substituirá a busca individual das melhores fontes de informação como vacina contra as *fake news* (O AUTORITARISMO, 2018)”.

O Estado de S. Paulo segue uma linha de argumentação parecida em seu editorial de 27/10, intitulado *A liberdade de informação*:

"Por óbvio, o exercício da liberdade de expressão e de comunicação não é uma autorização para caluniar, injuriar ou difamar. O Código Penal fixa penas para tais ações. Mas é precisamente esse o âmbito da atuação estatal na esfera da comunicação - punir os abusos, e não ser censor. Além de ilusória, a suposição de que a Justiça coíba todas as *fake news* configura uma descabida pretensão, já que seria dar ao Estado um poder sobre os indivíduos e a população que ele não tem" (A LIBERDADE, 2018).

Já a revista *Carta Capital* associa a eleição de Bolsonaro à influência das *fake news*, afirmando que "num país envenenado pelas redes sociais, a verdade está em crise, superada amplamente pelo apelo das versões, dos memes, e de tudo o que se produzirá a partir do suposto fato" (O TRIUNFO, 2018). Citando diversos especialistas, a revista destaca a pouca ação de autoridades como o TSE no combate às *fake news*, sugerindo medidas que poderiam ter sido usadas para controlar sua circulação.

Conclusões

A ênfase dada pelos jornais à questão de uma possível regulação, à primeira vista, contrasta com o discurso de defesa absoluta da liberdade de expressão tradicionalmente exprimido por esses mesmos veículos. Vítor Blotta (2015) nota que, durante as discussões sobre o Marco Civil da Internet, predominou entre os grandes jornais uma concepção mais alinhada com o liberalismo, que prevê a liberdade de expressão irrestrita, em especial para o jornalismo.

Observa-se, como em outros debates recentes, uma oposição entre visões sobre o limite da liberdade de expressão. As tendências mais afinadas com ideários liberais veem em qualquer forma de regulação de conteúdos que circulam em mídias um perigo de censura estatal, numa ladeira escorregadia que cairia sempre no autoritarismo (MONDAL, 2014, p. 35). Por sua vez, há visões mais próximas da vertente consequencialista do debate sobre liberdade de expressão, que veem a necessidade de restringir a circulação de alguns tipos de conteúdos, como discursos racistas ou de incitação à violência, levando em consideração as consequências que eles podem trazer para a sociedade como um todo.

Entre os veículos analisados, *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* se posicionariam, assim, numa posição mais liberalizante, ao passo que a *Carta Capital* se posiciona numa vertente mais favorável a um controle. Também na comparação entre os programas partidários, observa-se uma polarização entre visões liberais e outras mais à esquerda, como a do PT, que defendem marcos regulatórios para diminuir a concentração de propriedade midiática e algum tipo de controle de discursos de ódio.

Porém, cresce em importância nas eleições de 2018 uma vertente desglobalizante e identificada com valores de extrema-direita e conservadores, para a qual nenhuma regulação de conteúdos é necessária, exceto a de conteúdos que veiculem “ideologias nefastas”. Embora seja difícil provar o vínculo entre as *fake news* detectadas pelo *Comprova* e a campanha de Bolsonaro, há, em grande parte delas, a predominância desse ideário desglobalizante e da desqualificação do jornalismo. A própria disseminação de *fake news* por grupos políticos organizados busca um efeito de diminuir a credibilidade das notícias publicadas por veículos jornalísticos.

Jornalismo, lembra-nos Eugenio Bucci (2000) é uma atividade que consiste em revelar ao público fatos atuais e relevantes, mesmo que incomodem as autoridades.

Constitui, portanto, uma instância de mediação entre o poder e os cidadãos, a instância por excelência da esfera pública de Habermas (2003). É, como o processo eleitoral e a separação dos três poderes, um dos pilares da democracia liberal como a conhecemos.

Assim, as *fake news* podem representar um desafio para a democracia, na medida em que contribuem para o enfraquecimento do jornalismo enquanto instância de mediação. Na eleição de 2018, muitos eleitores brasileiros viveram em realidades segmentadas pelas bolhas dos algoritmos das redes sociais: por exemplo, para uns, a fachada sofrida por Bolsonaro teria sido uma encenação; para outros, teria sido um atentado a mando de partidos de esquerda ou facções criminosas. Observou-se a utilização intensa das *fake news* como arma numa guerra cultural, que polarizou a população em torno de questões, principalmente, ligadas a costumes e valores morais.

Um dos problemas que se coloca para a diminuição das *fake news* em redes sociais é que elas são lucrativas. Redes como Facebook, Twitter e Instagram colhem dados sobre seus usuários, como padrões de comportamento, gostos, hábitos, interesses, orientação sexual, religião, poder aquisitivo, etc., permitindo que anunciantes se direcionem a públicos específicos (GALLOWAY, 2017). Visando manter os usuários conectados por mais tempo, os algoritmos das redes direcionam o usuário para conteúdos sempre afinados com suas preferências, formando “bolhas” onde as pessoas só recebem informações já afins a suas ideologias políticas e interesses, levando à radicalização.

Alguns autores lembram que a regulação desses conteúdos não precisa – e nem deveria – partir somente do Estado, defendendo uma responsabilização de empresas como Facebook e WhatsApp, seja através da verificação de conteúdos por conselhos independentes ou por meio da pressão de *stakeholders* das corporações (JORGE FILHO, 2018).

O problema do controle das *fake news*, portanto, revela-se complexo, na medida em que uma regulação do conteúdo por agentes estatais ou corporações pode incorrer no risco de uma forma de censura ou interdição. Porém, não devemos esquecer que *fake news* também pressupõe uma mídia e mediação específicas – rede social ou aplicativo de mensagens, com disparo de conteúdos em massa, sem uma pessoa ou veículo que se responsabilize pelo conteúdo veiculado. É possível que a aplicação de certas medidas sobre os meios, fazendo com que o disparo em massa de mensagens sem autor responsabilizado seja dificultado pelas redes, tenha efeito de mitigação do impacto das *fake news*. Ainda assim, é desejável que este assunto seja amplamente debatido pela

sociedade, que deve ter autonomia para decidir que tipo de controle seria aceitável, se é aceitável algum controle desse tipo.

REFERÊNCIAS

BLOTTA, Vítor. **Privacidade e Liberdade de Informação em Tempos de Antagonismos de Direitos Humanos**: a ladeira escorregadia para o dilema do limite legal. Texto apresentado ao XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom, 2015.

BUCCI, Eugenio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

COSTA, Cristina. Liberdade de expressão e campanhas eleitoras. In: COSTA, Cristina e BLANCO, Patricia (org.). **Liberdade de Expressão e Campanhas Eleitorais: Brasil 2018**. São Paulo, Palavra Aberta, 2019, p. 11-37.

CUNHA, Isabel Ferin. Desglobalização e desocidentalização: desigualdades, populismo e emoções. In: COSTA, Cristina e BLANCO, Patricia (org.). **Liberdade de Expressão e Campanhas Eleitorais: Brasil 2018**. São Paulo, Palavra Aberta, 2019, p. 11-37.

ELLWANGER, Tiana Maciel. **Jornadas de Junho: 5 anos depois**. Rio de Janeiro: Autografia, 2018.

GALLOWAY, Scott. **Os Quatro - Apple, Amazon, Facebook e Google**. São Paulo: HSM, 2017.

GERSON, Deborah Cattani. **Afinal, o que é pseudonotícia?** Um estudo sobre o The i-Piauí Herald, o Sensacionalista e o Laranjas News. Dissertação de mestrado. Porto Alegre: PUC-RS, 2014.

GUESS, Andrew; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign**. Janeiro de 2018. Disponível em: <<http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016.pdf>>. Acesso em: 30 de junho de 2019.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. 2ª ed. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

JÁCOME, Phellipy Pereira. Qual o papel das notícias simuladas? Jornalismo normativo através das narrativas críticas da revista Barcelona e The Daily Show. **Brazilian Journalism Research**, vol. 12, n. 2, 2016.

JORGE FILHO, José Ismar Petrola. Fake news e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil. In: COSTA, Cristina e BLANCO, Patricia (org.). **Liberdade de Expressão e Campanhas Eleitorais: Brasil 2018**. São Paulo, Palavra Aberta, 2019, pp. 91-112.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Jornalistas, blogueiros, migrantes de comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. (Tese de Doutorado). São Paulo: ECA-USP, 2015.

LOUREIRO, Eliana Regina Lopes e CASADEI, Eliza Bachega. “**Isso a Globo não mostra**”: dimensões afetivas das notícias falsas no debate sobre o descrédito da imprensa tradicional. Trabalho apresentado ao VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII Compolítica). Brasília: Compolítica, 2019.

MONDAL, Anshuman. Islam and Controversy. **The Politics of Free Speech after Rushdie**. New York: Palgrave McMillan, 2014.

Matérias de jornais analisadas:

A LIBERDADE de informação. **O Estado de S. Paulo**. 27 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://opinio.estadao.com.br/noticias/geral,a-liberdade-de-informacao,70002566604>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

BERMÚDEZ, Ana Carla. PT aciona TSE e MPE contra fake news e Bolsonaro por propaganda irregular. **UOL**. 9 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/09/pt-tse-mpe-fake-news-bolsonaro.htm>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

BRITO, Ricardo. Configurar crime de Bolsonaro em caso do WhatsApp é difícil, diz fonte do MP. **UOL**, 18 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2018/10/18/configurar-crime-de-bolsonaro-em-caso-do-whatsapp-e-dificil-diz-fonte-do-mp.20htm>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

BUCCI, Eugenio. Mussolini, quem diria, tinha mais educação. **O Estado de S. Paulo**. 25 de outubro de 2018, caderno 1, p. 2.

COMPROVA: CÓDIGOS de urnas eletrônicas não foram entregues a venezuelanos. **O Estado de S. Paulo**. 20 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/codigos-de-urnas-eletronicas-nao-foram-entregues-a-venezuelanos/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

COMPROVA: FOTO em que agressor de Bolsonaro aparece ao lado de Lula é falsa. **Poder 360**. 10 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/comprova-foto-em-que-agressor-de-bolsonaro-aparece-ao-lado-de-lula-e-falsa/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

COMPROVA: HADDAD não disse que governo deve decidir o gênero das crianças. **Poder 360**. 25 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/comprova-haddad-nao-disse-que-governo-deve-decidir-o-genero-das-criancas/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

COMPROVA: LIVRO de Haddad publicado em 1998 não defende incesto. **Poder 360**. 18 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/comprova-livro-de-haddad-publicado-em-1998-nao-defende-incesto/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

COMPROVA: MÉDICO de Bolsonaro falou sobre câncer de intestino em tom sarcástico. **Poder 360**. 27 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/comprova-medico-de-bolsonaro-falou-sobre-cancer-de-intestino-em-tom-sarcastico/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

COMPROVA: PESQUISA falsa indica 100% de rejeição a Bolsonaro nos presídios. **Poder 360**. 8 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/comprova-pesquisa-falsa-indica-100-de-rejeicao-a-bolsonaro-nos-presidios/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

CURY, Téo. Fux: Código Eleitoral prevê anulação de candidatura impulsionada por fake news. **UOL**. 22 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2018/08/22/fux-codigo-eleitoral-preve-anulacao-de-candidatura-impulsionada-por-fake-news.htm>>. Acesso em 29 de julho de 2019.

'Eu fui vítima', diz Haddad sobre 'rede de fake news' de empresário. **Poder 360**. 20 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/eu-fui-vitima-diz-haddad-sobre-rede-de-fake-news-de-empresario/>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

LIMA, Daniela. Impressiona a incapacidade da Justiça de se entender como parte do sistema em crise. **Folha de S. Paulo**. 18 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/daniela-lima/2018/10/impressiona-a-incapacidade-da-justica-de-se-entender-como-parte-do-sistema-em-crise.shtml>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

KRÜGER, Ana. TSE atende PT e determina remoção de 35 posts do Facebook e do Youtube. **Poder 360**. 06 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/tse-atende-pt-e-determina-remocao-de-35-posts-do-facebook-e-do-youtube/>>. Acesso em 29 de junho de 2019.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de S. Paulo**. 18 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>. Acesso em 29 de junho de 2019.

O AUTORITARISMO surge no combate às fake news. **O Globo**. 24 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/opiniao/o-autoritarismo-surge-no-combate-as-fake-news-23179802>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

O TRIUNFO dos idiotas. **Carta Capital**. 28 de outubro de 2018.

PUPPO, Amanda e MOURA, Rafael. PSOL pede no TSE que WhatsApp adote medidas contra disseminação de fake news. **UOL**. 18 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2018/10/18/psol-pede-no-tse-que-whatsapp-adote-medidas-contr-a-disseminacao-de-fake-news.htm>>. Acesso em 30 de junho de 2019.

TAJRA, Alex. Apesar de limbo legal, fake news podem dar multa e processo a quem envia. **UOL**. 6 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/10/06/e-crime-espalhar-noticias-falsas-nas-redes-sociais.htm>>. Acesso em 30 de junho de 2019.