

ELEIÇÕES, POPULISMO E DESINFORMAÇÃO DIGITAL: O PAPEL DAS REDES SOCIAIS FRENTE A ESTIGMATIZAÇÃO DA IMPRENSA

ELECTIONS, POPULISM AND DIGITAL DISINFORMATION: THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS AGAINST PRESS STIGMATIZATION

MARCOS CÉSAR BOTELHO ¹

BEATRIZ PEREIRA JUNQUEIRA ²

GABRIEL VIEIRA TEREZI ³

“Não é possível convencer um fanático de coisa alguma, pois suas crenças não se baseiam em evidências; baseiam-se numa profunda necessidade de acreditar”

Carl Sagan, Contato.

¹ Doutor em Direito Constitucional no programa da Instituição Toledo de Ensino/Bauru-SP (2011). Mestre em Direito Constitucional pelo Instituto Brasiliense de Direito Público (2008). É professor adjunto vinculado ao programa de mestrado em ciências jurídicas na Universidade Estadual do Norte do Paraná (UENP). Foi advogado da união - Advocacia-Geral da União, lotado na Procuradoria Seccional da União em Campinas/SP. Atuou, ainda, na Coordenação de Propositura de Ações Não Pró-ativas e de Acompanhamento de Ações Penais, Coordenação de Patrimônio Público e Coordenação Trabalhista na Procuradoria-Regional da União da 3ª Região SP/MS e na Procuradoria-Seccional da União em Marília/SP. Foi Coordenador-Geral de Atos Normativos, Coordenador-Geral de Contencioso Judicial e Coordenador-Geral de Exame de Procedimentos Administrativos, todos na Consultoria Jurídica do Ministério da Defesa. Foi consultor jurídico da delegação brasileira que participou da Convenção sobre Responsabilidade por atos criminosos por pessoal em missões de manutenção de paz - Report about sexual exploitation and abuse in United Nations peacekeeping operations, ocorrida em abril de 2007 nas Nações Unidas, em Nova Iorque. Foi delegado do Ministério da Defesa na 11ª Conferência Nacional dos Direitos Humanos. Foi membro-suplente do Ministério da Defesa no Grupo de Trabalho formado pelos membros da Câmara de Relações Exteriores e Defesa Nacional (CREDEN) e pela Advocacia-Geral da União instituído para elaborar proposta de tópicos que deverão constar de um Projeto de Lei para a Defesa da Soberania e do Estado Democrático de Direito.

² Advogada. Mestranda em Ciência Jurídica pela Universidade Estadual do Norte do Paraná - UENP - Jacarezinho/PR (Área de Concentração: Teorias da Justiça - Justiça e Exclusão. Linha de Pesquisa: Função Política do Direito). Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Toledo - UniToledo - Araçatuba/SP. Membro do Grupo de Pesquisa Jurisprudência de Direitos Fundamentais (UniToledo - Araçatuba).

³ Mestrando em Ciência Jurídica na linha de pesquisa Função Política do Direito pela UENP - Universidade Estadual do Norte do Paraná. Advogado. Pesquisador vinculado aos Grupos de Pesquisa "Jurisprudência de Direitos Fundamentais" e "Ideologia do Estado e Estratégias Repressivas". Editor da Revista Científica Antinomias. Pesquisador e autor de obras jurídicas. Membro da Comissão de Assistência Judiciária da 161ª Subseção da Ordem dos Advogados do Brasil.

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo avaliar o papel das redes sociais diante do processo de desinformação digital, processo esse aproveitado pela linguagem de discursos populistas, e catalisado pela estigmatização da imprensa tradicional. Adota-se como hipótese o emprego conjunto, por parte das redes sociais, de uma curadoria de conteúdo e de um aprimoramento qualitativo do seu comportamento, hipótese essa que se almeja submeter a tentativa de falseamento, mediante uma metodologia hipotético-dedutiva. Para tanto, passou-se a abordar os conceitos de desinformação e pós-verdade digital, bem como os hábitos que caracterizam esse fenômeno. Em sequência, o trabalho aborda as práticas populistas, demonstrando suas interações com a democracia de audiência e identificando que a imprensa passa a ser, nesses discursos, apontada como parte das “elites” e, assim, considerada inimiga. Verificadas as relações entre os instrumentos que propagam a desinformação digital e a retroalimentação do fenômeno populista, o trabalho passa a avaliar as repercussões das posturas propostas como hipótese às redes sociais, concluindo que tais medidas se convertem em respostas adequadas aos riscos decorrentes do populismo eleitoral, por se tratarem de soluções moderadas, que refreiam o antagonismo digital.

PALAVRAS-CHAVE: Democracia de audiência; populismo eleitoral; liberdade virtual; redes sociais; desinformação digital.

ABSTRACT: This paper aims to evaluate the role of social networks in the process of digital disinformation, which is used by the language of populist discourses, and catalyzed by the stigmatization of the traditional press. It is adopted as a hypothesis the joint use, by the social networks, of a curation of content and a qualitative improvement of their behavior, a hypothesis that aims to submit to an attempt to falsify, through a hypothetical-deductive methodology. Therefore, the concepts of disinformation and post-digital truth, as well as the habits that characterize this phenomenon, began to be addressed. In sequence, the work addresses populist practices, demonstrating their interactions with audience democracy and identifying that the press is, in these discourses, identified as part of the “elites” and, thus, considered an enemy. Once the relationships between the instruments that propagate digital misinformation and the feedback of the populist phenomenon have been verified, the work goes on to assess the repercussions of the positions proposed as a hypothesis for social networks, concluding that such measures become adequate responses to the risks arising from electoral populism, because they are moderate solutions, which reduce digital antagonism.

KEYWORDS: Audience Democracy; electoral populism; virtual freedom; social networks; digital misinformation.

INTRODUÇÃO

O termo “*fake news*” – literalmente, notícias falsas – se consagrou como um dos mais repetidos jargões políticos dos últimos anos. Como também parece ocorrer com esses termos repetidos à exaustão, ainda mais considerada a liquidez que Bauman tanto denunciou, tem se operado uma modificação constante e um desvirtuamento generalizado do significado da expressão.

É bem verdade que a carência de acerto em uma notícia jornalística, ou mesmo de uma informação divulgada, não podem ser classificados como fenômenos realmente modernos. Em qualquer leitura de Heródoto, por exemplo, como também se observa em outros historiadores da antiguidade, os textos se encontram recheados de alegorias, no mínimo, duvidosas.

Números de antigos exércitos inflados e descolados da realidade, acontecimentos permeados de um misticismo incompatível com o relato, e um estilo de prosa por si mesmo floreado fazem com que diversas informações historicamente narradas sejam questionáveis. Procópio de Cesareia, *exempli gratia*, historiador bizantino do Século VI, é muitas vezes reconhecido em razão de sua História Secreta ser permeada por exageros e inverdades contra Justiniano e Teodora (RUPPENTHAL NETO, 2012, p. 77-78).

Os pasquins, publicações baratas que traziam notícias ora falsas, ora incompletas, em tom jocoso e crítico; o *Canard* – publicação repleta de boatos que circulou pela França entre os séculos XVII e XIX –, e algumas gazetas londrinas do século XVIII especializadas em publicar parágrafos sem qualquer fonte identificável são todos exemplos dessa prática que Robert Darnton (2017) relembra como formas arcaicas de notícias falsas, as quais ganharam alguma projeção com o advento da prensa guttenbergiana.

Estes se fazem pertinentes de citação de modo a estabelecer-se, inequivocamente, que o fenômeno não é um privilégio atual, nem que devem ser apontados os culpados usuais – as redes sociais e a contemporaneidade – como únicos e exclusivos responsáveis pelo alastramento das *fake news*. É realmente inegável que as novas possibilidades de comunicação e conexão tecnológicas proporcionam interações antes impensáveis, inclusive em relação à propagação dessas falsidades. Todavia, quer-se estabelecer de maneira bastante clara a necessidade de separarem-se causas e consequências de outros elementos catalisadores do fenômeno.

O presente trabalho não tem a pretensão de definir, historicamente, a evolução do fenômeno, menos ainda de debater sociologicamente a interação entre aqueles e outros elementos contemporâneos com a intensificação das *fake news*, mas, antes, de constatar algumas particularidades dessa manifestação que se passa a nomear de “desinformação digital”, em especial aquelas que possam, ainda que indiretamente, repercutir nas práticas eleitorais.

Mais especificamente, o presente trabalho tem como objetivo questionar: qual o papel mais eficaz a ser adotado por parte das redes sociais frente a esse fenômeno

de desinformação digital, catalisado pela estigmatização da imprensa, a fim de que se enfrente o crescente populismo eleitoral?

Se, como é consabido, uma das características do discurso populista é a estigmatização das “elites” manufaturadas como inimigos, o presente trabalho avalia que, quando a imprensa é escolhida como esse inimigo a ser combatido, os meios de informação usuais cedem ainda mais espaço às mídias digitais, o que contribui duplamente para a relevância dessas redes em sua interação com o populismo.

Ora, com a constatação da importância das mídias (inclusive digitais) para a formação da vontade que, por sua vez, determinará a tomada de decisões eleitorais, e com a concomitante tomada desse relevante espaço pelas redes sociais (o que só vem a ser catalisado pela estigmatização da imprensa por parte dos líderes populistas) torna-se simplesmente imprescindível que se avaliem os modos de lidar com a desinformação, agora percebida como ameaça a legitimidade dos procedimentos eleitorais.

Para tanto, o presente trabalho deseja verificar o papel a ser desempenhado pelas próprias plataformas sociais digitais, em conjunto, evidentemente, com os demais atores do cenário político, a fim de lidar com a desinformação, com as *fake news*, mas, acima de tudo, para possibilitar uma formação de vontade política mais agonística e transparente, frente a ascensão populista.

Para tanto, adota-se como hipótese que a adoção conjunta de duas práticas pelas redes sociais – a curadoria de conteúdo e a modificação qualitativa do seu comportamento – sirva como solução adequada aos fenômenos decorrentes da desinformação, bem como às suas repercussões ao populismo eleitoral, por se tratarem de soluções moderadas, que refreiam o antagonismo digital.

A fim de avaliar a referida hipótese, adota-se uma metodologia hipotético-dedutiva. Assim, *a priori* se estabelecer-se-ão os hábitos que integram a ideia de desinformação digital. Em um segundo momento, serão abordadas as principais características do neopopulismo, relacionando ambos os fenômenos, uma vez que o discurso populista, ao adotar a imprensa como elite, se vale de hábitos de desinformação e ressalta a relevância assumida pelas redes.

Finalmente, promover-se-á a tentativa de falseamento da hipótese avaliando-se as repercussões da curadoria de conteúdo e da modificação qualitativa de comportamento às práticas abordadas nos capítulos predecessores, a fim de averiguar a efetividade dessas propostas sem que se adote uma postura paternalista que limite a liberdade dos usuários.

2. DESINFORMAÇÃO DIGITAL, PÓS-VERDADE E FAKE NEWS: CONCEITOS E HÁBITOS

Uma vez delimitado o escopo deste texto, é indiscutível notar algumas diferenças fundamentais entre as publicações que circulavam contendo falsidades durante períodos como o medievo e a modernidade, por exemplo, e as atuais massivas *fake news* propagandeadas virtualmente na era contemporânea.

O termo encontra uma profunda dificuldade de conceituação, o que, conforme se ressaltou, deriva, em alguma medida, da evolução das práticas que assim se definem, mas também pela difícil percepção dos seus reais contornos.

Como um primeiro esforço, parece interessante a diferenciação que faz Eugênio Bucci (2018) ao adotar a opção “notícia fraudulenta” ao invés da tradução mais direta: “falsa”. O pesquisador, assim, estaria traçando uma distinção entre aquelas publicações intencionalmente enganadoras e as informações espontaneamente inverídicas.

Esse parece ser um ponto de partida crucial na delimitação do significado do tema. Brevemente, é como se as *fake news* se definissem por uma espécie do gênero “notícias eivadas de falsidade”, diferenciando-se de sua classe geral justamente por terem essa falsidade propositalmente fabricada ou inserida para fins específicos, ainda que não necessariamente ilícitos.

Vários trabalhos sobre o tema parecem se aproximar, mais ou menos intensamente, dessa percepção. Hunt Allcott e Matthew Gentzkow o conceituam como “news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers” (2017, p. 213). No mesmo caminho é trilhada a noção de que esse estilo de conteúdo, diferentemente das notícias falsas não-intencionais, visa causar uma desarmonia ou conflitos entre pessoas e grupos” (CALDAS; CALDAS, 2019).

Todavia, as *fake news* certamente se tratariam de um desafio menor caso sua única distinção fosse a voluntariedade – a intenção específica na sua fabricação. Afinal, se fosse esse o caso, pouco distinto seria seu impacto em comparação aqueles exemplos já apontados em episódios históricos anteriores. Noutro giro, determinados fatores, por vezes deixados de lado pelos analistas, diferenciam e catalisam o fenômeno nesse novo contexto atual, contexto esse que costuma ser definido como *pós-verdade*.

A expressão, assim como o termo “*fake news*”, passou a ser utilizado de maneira abundante desde a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos (2016) e durante o processo do *Brexit* britânico. Segundo o dicionário *Oxford*, o prefixo não se refere à sucessão cronológica da verdade, mas, antes, a “pertencer a um momento em que o conceito específico se tornou sem importância ou irrelevante” (2016).

De fato, o contexto atual de pós-verdade parece designar um ambiente social (político, jornalístico, e, por que não, eleitoral) de constante exaustão frente à uma imensa gama de informações potencialmente *distorcíveis*, prontas para atender às mais diversas narrativas e interesses. Trata-se da construção de um ambiente de interação no qual impera a tendência de desvalorização de fatos objetivos em prol de interesses e versões (FLOOD, 2016).

Embora, como já se ressaltou, não pareça ser o caso de apontar-se o ambiente virtual como único culpado pela proliferação das notícias fraudulentas, também não se podem negar as novas dinâmicas possibilitadas pela internet e pelas redes sociais nesse segmento, dentre as quais a contribuição para o fortalecimento de um universo fértil a pós-verdade.

Parece ser o caso de estarmos expostos, como indivíduos, e também como sociedade, a violência neuronal que relembra Byung-Chul Han, ao citar Baudrillard: “a comunicação generalizada e a superinformação ameaçam todas as forças humanas de defesa” (BAUDRILLARD, *in* HAN, 2015, p. 10).

Frente à essa violenta exposição, “pouco importa se a mensagem é falsa e mentirosa, sua onipresença acaba por causar impacto, pois basta uma olhadela para ser capturado por sua insistência” (SANTAELLA, 2018, p. 299). E se pouco importa a veracidade; se, em última análise, o ruído de diversas fontes é indiscriminadamente descredibilizado, obtêm-se um cenário em que todas as notícias são desacreditáveis. O resultado é que “os cidadãos selecionam as informações que recebem em função de suas convicções, enraizadas nas emoções que sentem” (CASTELLS, 2017, p. 60).

Como vem se notando, essa nova dimensão de relacionamentos e interações sociais, especialmente no campo digital, possibilitou (dentre outras práticas) a diversificação e a intensificação não apenas das divulgações de notícias e comunicações em geral – inclusive aquelas fraudulentas – mas também intensificou hábitos que potencializam seus efeitos nocivos.

Uma dessas novas ferramentas disponíveis à propagação de comunicação de forma ampliadíssima é a do baixíssimo custo das interações sociais digitais. Mídias e redes sociais, aplicativos e serviços análogos, cujo objetivo é o de promover “interação”, proporcionam, na verdade, um convívio paradigmático entre seus utilizadores: a comunidade de usuários é, a um só tempo, intrinsecamente unida e irremediavelmente separada.

Mais especificamente, indivíduos podem interagir com os demais com um esforço mínimo. O “compartilhamento” de informações é extremamente veloz e simples. Se antes, seria necessário, por exemplo, para a divulgação de uma matéria fraudulenta, a sua impressão; as redes sociais garantem o compartilhamento instantâneo de qualquer dessas informações. Há uma facilidade na divulgação, pouco importando se as postagens compartilhadas provêm de um veículo de imprensa ancestral ou de um colega usuário externalizando uma mera opinião.

Além de terem um baixo custo, essas interações nas redes sociais são especialmente incentivadas. A busca por “curtidas” é catalisada por algoritmos cujo funcionamento privilegia conteúdos com interações máximas e imediatas. Isso significa que aquelas postagens com o maior número de “likes” e compartilhamentos instantâneos serão, conseqüentemente, disponibilizadas para os demais usuários com vieses privilegiados.

Conteúdos muito acessados são selecionados para disponibilização mais ampla, o que acaba por retroalimentar o consumo veloz e a divulgação ainda mais rápida dessas informações, tanto pela ótica dos usuários que buscam maior aceitação do seu círculo, quanto dos propagadores de informações que almejam crescimento de relevância. Caso esses criadores de conteúdo sejam ainda remunerados com base no engajamento que são capazes de obter – como muitas redes sociais permitem –,

não deve espantar que, para esse grupo, o mais vantajoso é a divulgação de temas que gerem mais intensa reação.

Catalisa ainda esse fenômeno o fato de que redes sociais conservam em seus algoritmos toda uma gama de preferências dos seus usuários, possibilitando interações cada vez mais personalizadas. Enquanto essas preferências tornam as divulgações e interações paulatinamente mais simples, acabam por intensificar a formação de “bolhas” de interação.

É importante de se destacar que o cotidiano prévio à pós-verdade também sempre foi permeado por essas bolhas. A título de exemplo, um leitor frequentemente promoveria apenas a assinatura do seu jornal de preferência, e não daqueles cuja linha editorial não lhe agradavam. Ainda assim, as bolhas formadas nas redes sociais são aprofundadas, já que os algoritmos digitais selecionam aqueles conteúdos que mais geram engajamento, baseado no histórico do usuário, disponibilizando publicações que reforcem essas preferências.

Essa interação, por vezes, é pautada pelo fenômeno da hemofilia, segundo o qual as pessoas “who are more structurally similar to one another are more likely to have issue-related interpersonal communication and to attend to each other’s issue positions” (MCPHERSON; SMITH-LOVIN; COOK, 2001, p. 428).

Esse agravamento das bolhas digitais se liga com aquela característica já apontada da pós-verdade: a hierarquia das preferências em detrimento da veracidade, promovendo um perverso efeito de viés confirmatório. Esse fenômeno é descrito por Daniel Kahneman, para quem as pessoas “seek data that are likely to be compatible with the beliefs they currently hold. The confirmatory bias [...] favors uncritical acceptance of suggestions and exaggeration of the likelihood of extreme and improbable events” (KAHNEMAN, 2011, p. 81).

Acontece que um ponto – por vezes celebrado – das redes sociais, é a “democratização”, no sentido de serem atribuídos a todos os usuários, condições de igualdade. Embora os algoritmos já apontados permitam algumas possibilidades a serem exploradas por aqueles que almejam “relevância”, em condições gerais há uma equalização: usuários de redes sociais podem divulgar informações (fraudulentas ou não) com o mesmo potencial do que qualquer especialista naquele conteúdo.

De fato, não é necessário possuir qualquer caráter técnico para fazer publicações sobre um determinado tema. Contas de grandes empresas, veículos de comunicação ou entes públicos têm pouca ou nenhuma vantagem em relação a outros usuários que por vezes os superam em engajamento, alcance e influência.

Como, David Dunning e Justin Kruger demonstraram, pessoas que carecem do conhecimento ou da sabedoria para bem-compreender um determinado assunto, são comumente incapazes de reconhecer essa própria limitação, ou seja, “the same incompetence that leads them to make wrong choices also deprives them of the savvy necessary to recognize competence” (KRUGER; DUNNING, 2000, p. 36). De fato, muitas vezes as habilidades necessárias para produzir respostas corretas são

virtualmente as mesmas necessárias para avaliar o acerto dessas respostas (DUNNING et al., 2003, p. 85).

Assim, se, por um lado, as mídias sociais permitem interações espontâneas e “democráticas” entre usuários com valores e habilidades completamente diferentes, ao mesmo tempo, se um desses usuários recheia suas publicações de informações incorretas, a depender do tema, muitos daqueles que tiverem contato com essas postagens podem não ter as habilidades necessárias para reconhecer sua incorreção.

Caso se trata de publicações que reforcem ou favoreçam aquele pensamento pré-concebido de seu receptor, tanto pior, tendo em vista que a dinâmica da pós-verdade é justamente a de elevar a opinião em detrimento da verdade objetiva. Algumas dessas publicações, de fato, apresentam uma roupagem pseudocientífica, o que contribui para a sua aceitação e divulgação. Afinal, mesmo as verdades científicas passam a ser tratadas como “verdades proposicionais contestáveis” (MOUFFE, 2015, p. 43). Essa tendência se intensifica inclusive com a utilização de notícias fraudulentas, que podem mascarar a incorreção da informação propagada.

Claire Wardle tem identificado vários segmentos nos quais podem inserir-se as *fake news*. Em especial, o *conteúdo impostor* – aquele em que fontes têm seus nomes utilizados com afirmações que não correspondem às suas, como um argumento de autoridade – e o *conteúdo manipulado* – as publicações que contam com ideias verdadeiras e falsas, recebendo uma roupagem manipuladora (WARDLE, 2013) – são duas espécies que contribuem para reforçar o viés confirmatório dentro das bolhas.

As poucas informações que, contrariando as expectativas (contrariando, na verdade, os algoritmos), “furem” as bolhas sociais, poderão ser imediatamente descartadas, classificadas – justamente – como *fake news*, não necessariamente por denotarem algum aspecto fraudulento, mas simplesmente por desafiarem o padrão das crenças e opiniões consolidadas naquele determinado círculo.

Pior ainda, é facultado aos usuários literalmente bloquear sujeitos ou páginas que não lhe agradem, o que promove uma blindagem frente a opiniões e evidências contrárias. Se parece extremado “fechar-se” a determinados estímulos, os integrantes da bolha podem justificar o bloqueio de determinadas fontes de informação rotulando-as de *fake*. Ou seja, ao utilizar-se do cenário da pós-verdade para considerar falsa uma notícia com a qual não se concorda, essa bolha ganha ares de legitimidade – não é mais uma publicação da qual se discorda, é uma publicação mentirosa, ilegítima (aos olhos do integrante da bolha), e, portanto, pode e deve ser afastada.

Todo o engajamento, como se sabe, é também catalisado pelas reações extremas – uma postagem que motive diversos comentários será percebida como mais “interagente” do que aquelas que – se muito – obtenham uma breve pausa do observador que consome as informações. De novo, o fenômeno incentiva a propagação de publicações cada vez mais catárticas, sensacionalistas.

Nas bolhas, essas reações extremas são especialmente realçadas, com a formação de uma câmara de eco. Esse termo designa um efeito polarizador auto-seletivo de conteúdos, “where people immerse themselves in social circles in such a way that they are primarily exposed to content that agree with their beliefs” (SHAH; KUMAR, 2018, p. 9).

Já que a velocidade e a “reatividade” (o grau de reação causado) são as características almejadas tanto para o consumo quanto para o compartilhamento das notícias, e tendo em vista que a quantidade de fontes informativas é absurdamente ampla, opera-se uma competição entre os próprios veículos de informação em que os vencedores são as postagens que mais eficientemente “capturem” a atenção dos observadores.

Forma-se, assim, uma cascata de informações, ou seja, a “reprodução de informações baseadas na compreensão do comportamento dos atores anteriores como verdadeiro pelos posteriores, mesmo que estes não tenham como saber” (RECUERO; GRUZD, 2019). Novamente, essa velocidade também impacta o reconhecimento de falsidades, e a diferenciação entre os conteúdos técnicos, as vezes provenientes de especialistas (o que, claro, não garante seu acerto), e os conteúdos enviesados.

Ganham especial relevância, portanto, as manchetes, até porque, em diversas ocasiões, os que consomem as publicações pouco se interessam pelo seu conteúdo. A mesma velocidade que faz com que a postagem seja absorvida é que motiva a reação – o compartilhamento, a curtida, o comentário. Ainda mais se a manchete gerar sentimentos negativos, revoltantes, catárticos.

Assim surgem ainda as “click baits”, iscas de cliques, ou seja, publicações cujas manchetes são propositalmente espetaculosas, planejada para gerar alguma revolta, por vezes até mesmo destoando do conteúdo da notícia ou conduzindo a princípio a uma conclusão diversa daquela que realmente a informação contém.

Tratam-se de outras duas classificações apontadas por Claire Wardle para designar possíveis notícias fraudulentas, a *falsa conexão*, quando manchetes, imagens ou legendas induzem seu receptor em um determinado sentido, não necessariamente condizente com o assunto; e o *falso contexto*, quando um conteúdo genuíno é compartilhado inserido em um contexto falso (WARDLE, 2013).

Como passa a se evidenciar, todo esse contexto descrito é, por si só, propício ao desenvolvimento de condutas opacas por parte daqueles que absorvem e compartilham notícias, desassociadas de outros fatos e evidências. Essa tendência se intensifica com as características já apontadas da pós-verdade, já que as interferências externas que em qualquer medida afetem aquela narrativa almejada podem ser desconsideradas, muitas vezes em favor de informações que, ainda que incompletas ou fraudulentas, melhor se amoldem aos anseios daqueles que as propagam.

No caso de matérias jornalísticas, é bem verdade que uma informação equivocada teria de ser publicada em uma seção específica do periódico seguinte,

e, em tese, as notícias veiculadas na internet em sites de jornais e revistas permitem a alteração imediata. Todavia, essa possibilidade também não garante, por si só, a transparência e a correção de equívocos, já que um veículo de comunicação não necessariamente desejará assumir uma informação equivocadamente noticiada, podendo optar por apenas alterar a publicação equivocada e omitir o fato de ter, a princípio, cometido um equívoco na divulgação.

Mesmo nos casos em que esse erro seja assumido, de fato, essa postura poderá ser absorvida por aquele ruído da pós-verdade: aqueles que se contentaram com a informação original equivocadamente divulgada podem optar por ignorar a modificação, enquanto aqueles contentes com a nova notícia poderão apontar o erro original como uma suposta evidência de descrédito daquele veículo ou dos que se beneficiavam pela versão desmentida.

As apontadas matérias com *click baits* reforçam tais percepções enviesadas da pós-verdade, já que aquele que não gosta do conteúdo de uma informação pode utilizar-se de um título ou manchete eventualmente tendencioso para desconsiderar fatos verdadeiros que constam no seu corpo.

Por fim, pode-se apontar a utilização de contas falsas, que se aproveitam do relativo anonimato das redes sociais para gerar interações artificiais, ataques a adversários, e fomentar desinformação. Nessa veia, registre-se ainda, porque não, o risco dos “*bots*”: contas sintéticas, normalmente criadas e geridas em massa, replicando informações (fraudulentas) e simulando uma ilusão de consenso público em relação a determinados assuntos. Nas palavras de Neil Shah e Srijan Kumar (2018, p. 2), esses *bots* tem o duplo propósito de espalhar o mesmo conteúdo, e aumentar reciprocamente o aparente status de confiabilidade das suas informações.

3. POPULISMO, DEMOCRACIA DE AUDIÊNCIA E IMPRENSA COMO “ELITE”

Para os fins do presente trabalho, interessa notar que vários dos conceitos e hábitos relacionados ao fenômeno que no capítulo anterior foi designado como “desinformação digital” – caracterizado pelas notícias fraudulentas e inseridas no contexto da pós-verdade – se relacionam, por sua vez, com aspectos do novo populismo político.

Segundo Pierre Rosanvallon, o populismo designa uma série de movimentos e temas políticos que podem ser descritos como uma patologia democrática, uma perversa inversão dos ideais e procedimentos da democracia (ROSANVALLON, 2008, p. 265). Nas palavras de Ernesto Laclau (2005, p. 43), trata-se de uma série de práticas político-discursivas construindo um sujeito popular socialmente dividido por uma fronteira interna.

But the logic of that division is dictated, as we know, by the creation of an equivalential chain between a series of social demands in which the equivalential moment prevails over the differential

nature of the demands. Finally, the equivalential chain cannot be the result of a purely fortuitous coincidence, but has to be consolidated through the emergence of an element which gives coherence to the chain by signifying it as a totality. This element is what we have called *empty signifie* (LACLAU, 2005, p. 43-44).

Em suma, o populismo concebe uma noção sempre homogênea de povo, o qual enfrentaria uma perpétua oposição por parte de elites do *establishment*, ancestralmente corruptas e contrárias aos interesses verdadeiramente populares, sendo necessário um novo movimento que recupere e reestabeleça os desejos supostamente genuínos da população (RYDGREN, 2017, p. 4).

Uma das ligações entre a desinformação digital e a os movimentos populistas está na utilização de notícias fraudulentas. É bem verdade, deve-se ressaltar, que *fake news* podem favorecer qualquer corrente política, de qualquer ideologia, tanto pela alienação de eleitores quanto pela desvirtuação de opositores. Ainda assim, não se pode olvidar a repercussão de notícias fraudulentas nas apontadas características de governos populistas.

Todo o contexto da pós-verdade, de fato, contribui para, em alguma medida, blindar condutas populistas. Novamente, deve-se fazer o alerta de que, a priorização da “versão” em detrimento da “realidade” beneficia, obviamente, qualquer espectro político, especialmente em uma dinâmica eleitoral, em que candidatos “concorrem” pelo voto dos eleitores – conforme descreveu Schumpeter –, afinal, tanto mais fácil operar a mobilização dos seus apoiadores com a utilização de informações que, no contexto da pós-verdade, podem ser aceitas sem necessariamente corresponderem à verdade.

Ainda assim, na dinâmica populista, o aprofundamento da pós-verdade ameaça afrouxar fronteiras entre reivindicações legítimas e manifestações perigosas de participação popular. É que, conforme reconheceu Bernard Manin (2002), vem se operando uma metamorfose da representação, que assume, como uma das possíveis encarnações, a democracia de audiência, aquela na qual o caráter personalíssimo tanto dos candidatos quanto dos eleitores torna-se o fator preponderante nas escolhas eleitorais enquanto os partidos e plataformas ficam em segundo plano; ao passo que a dinâmica da tomada de decisão se fia na mídia e nas campanhas publicitárias.

Em outras palavras, o fortalecimento de um universo “pós-verídico” em que a qualidade da informação objetiva pode ser desconsiderada frente a interesses pessoais (CHEN et al, 2015) – frente a uma visão inquestionável do que é verdadeiramente “democrático”, na visão populista, – tem o potencial de, nas palavras de Benjamin Arditi, transformar o populismo de sua versão moderada (um modo de representação) até uma perigosíssima variante (uma borda disruptiva da democracia), alcançando o ponto em que aquele e esta entrem em conflito ou separem-se definitivamente (ARDITI, 2005, p. 98).

Ainda na denúncia que Manin faz da transformação da representação política, cujo um dos fenômenos midiáticos mais relevantes é justamente a pós-verdade, em países com eleição direta do chefe do Executivo as eleições presidenciais tendem a se tornar as eleições principais, moldando toda a vida política, havendo uma personalização geral da política (MANIN, 2002, p. 219).

Mais uma característica que se amolda fortemente com o populismo, afinal, como Cas Mudde e Cristobal Kaltwasser apontam (2017, p. 62-63), ponto comum entre todos os líderes populistas é que eles se apresentam – em sua visão – como a verdadeira voz do “povo”, o que se traduz tanto em serem “outsiders” da política tradicional quanto autênticos representantes da população.

Se, por um lado, essa faceta poderia ser promovida sem os hábitos digitais explicados no capítulo anterior, aquela desinformação digital, e especialmente os algoritmos das redes sociais, permitem uma onipresença do líder-populista, cujas falas, atitudes e declarações se amoldam justamente àquilo que é buscado pelos algoritmos digitais: reações extremas, catárticas e velozes.

De fato, o “homem-forte populista” quase sempre tangencia com um discurso violento, “crafting an image of a man of action, rather than words, who is not afraid to take difficult and quick decisions, even against ‘expert’ advice” (MUDDE; KALTWASSER, 2017, p. 64). A estratégia eleitoral de Trump em 2016 exemplifica esse objetivo de manter-se onipresente na esfera midiática:

Trump entendeu, por sua própria experiência midiática, que o essencial é estar na mídia, sobretudo na televisão, mesmo que seja de forma negativa. Foi essa presença constante que monopolizou a discussão em torno dele, de sua pessoa, do que se dizia dele e do que ele respondia. Sua personalidade de narcisista patológico conseguiu que não se falasse de conteúdos ou mesmo de Hillary Clinton, mas dele. Toda a campanha girou em torno de Trump, de sua mensagem simplificadora (CASTELLS, 2017, p. 43).

660

Se, conforme Manin apontou, vivemos uma democracia de audiência, em que a mídia desempenha papel fundamental, não é necessário ressaltar a relevância dessa onipresença. Como uma das características do líder-populista é a de destacar sua “espontaneidade”, seu desafio ao *status quo*, tal personagem pode beneficiar-se “do melhor dos dois mundos”: as falas polêmicas e por vezes absurdas que catapultam seus conteúdos às posições mais visualizadas nas redes sociais, são ao mesmo tempo normalmente aceitas pelos seus partidários e eleitores como autênticos desafios ao *establishment*, que é supostamente corrompido.

De novo, o caso de Trump se converte em um exemplo do que vem se descrevendo: “quando suas opiniões ofensivas sobre as mulheres se tornaram públicas, o fervor de seus seguidores e seguidoras as minimizou como brincadeiras, ao mesmo tempo que, para o machismo imperante [...] soaram como liberação

masculina” (CASTELLS, 2017, p. 41). É aquilo que Humberto Eco (2018, p. 53) chama de “elitismo popular”: a força do líder se baseia na debilidade das massas.

Retomando-se a democracia de audiência vigente, a “sociedade de riscos” contemporânea, como a nomeia Beck, em razão da sua reflexividade (BECK, 1997, p. 38) favorece, em alguma medida, a concentração de poder personalíssimo, que tende, em líderes populistas, a se manifestar na forma de um discurso exaltado, agressivo, mas ao mesmo tempo familiar ao eleitor, já que o líder estaria representando a hipóstase abstrata de um povo um e homogêneo (ROSANVALLON, 2017, p. 67).

Cláudio Pereira de Souza Neto reconhece esse padrão na estratégia de comunicação de Jair Bolsonaro: “procura se apresentar como pessoa simples. Seus apoiadores o têm como alguém que diz ‘o que pensa’, a ‘verdade nua e crua’, de forma ‘autêntica’” (SOUZA NETO, 2020, p. 166).

Ainda segundo Bernard Manin, o governo do século XXI precisa de um certo poder “discrecionário”, devido às dificuldades cada vez maiores de prever os eventos com os quais terá de lidar, e “if a certain form of discretionary power is required by present circumstances, it is rational for candidates to put forth their personal qualities and aptitude for making good decisions rather than to tie their hands by specific promises” (MANIN, 2002, p. 221). É a reinterpretação da ideia de “poder prerrogativo” de John Locke.

Esse discurso agressivo, simplório, relevado pela messiânica admiração e justificado pela suposta necessidade de concentração de poder, é também designado por *Stammtisch* – a “fala da mesa de bar” (MUDDE; KALTWASSER, 2017, p. 64-65). Tem como propósito realçar a figura populista como um verdadeiro membro do povo, e é especialmente favorecida pelas características da onipresença, da pós-verdade, e do conseqüente “ruído violento de informações”.

Ora, se é permitido absorver apenas as versões favoráveis em detrimento de qualquer informação objetiva; as incorreções, as mentiras, e as falas que ultrapassem o aceitável que provenham do líder populista podem ser imediatamente desconsideradas. No mundo das versões em que a opinião tem mais relevância que o fato, sempre poderá ser encontrada uma justificativa que atenuie qualquer faceta negativa àquela ideologia, mesmo que para isso seja necessário recorrer-se a uma notícia fraudulenta as vezes tomada de empréstimo de um colega da mesma bolha digital.

Como última alternativa, as informações que afetem a imagem do líder populista podem ser pura e simplesmente taxadas e recusadas como *fake news*. Não importa se há ou não qualquer falsidade, mas sim importa turvar o universo informativo com mais esse ruído, que deslegitima as versões “oficiais”. Em suma, os partidários do líder populista precisam levar adiante essa versão pós-verídica, e embora a princípio possa se tratar de uma versão claramente inverídica, ostentando uma espécie de clara desvantagem em relação às informações “verdadeiras” quando avaliada por usuários isentos; dentro das bolhas digitais a versão será

rapidamente inserida nas cascatas de informação e, ao alcançar novos receptores, já vai ostentar legitimidade suficiente para desafiar outras informações “objetivamente” verdadeiras.

Afinal, a velocidade do compartilhamento de notícias permite o espraio de qualquer informação transmitida pela figura populista ou por seus auxiliares. O fenômeno das cascatas de informação foi observado por Cláudio de Souza Neto desde as eleições presidenciais brasileiras de 2018, com especial destaque para a formação de bolhas:

Uma multiplicidade de produtores de conteúdo, atuando em rede, substituíam a produção centralizada das empresas de comunicação social. Uma vez que determinado tema ‘viralizava’ nas redes sociais, a própria mídia tradicional não podia mais ficar indiferente a ele. [...] Os milhares de grupos de afinidade são interconectados por meio dos usuários, que costumam pertencer a vários grupos. A mensagem recebida em um grupo é repostada pelos usuários em outros grupos. A ‘dinâmica viral’ opera, no WhatsApp, por meio do ‘contágio em rede’: Para ‘viralizar’, o estímulo aos ‘baixos instintos’ tem se mostrado decisivo (SOUZA NETO, 2020, p. 141).

Ainda deve-se ressaltar que nessas cascatas reproduz-se o padrão de se fazerem necessárias informações chamativas, explosivas, até como forma de subjugar e ofuscar a versão original dos fatos, vencendo as informações “oficiais” pelo volume e pela catarse. O volume, como mencionado, pode ser obtido pela utilização de “bots”, contas falsas de “robôs”, normalmente orquestrados. Já os chamarizes são conteúdos que despertam maior controvérsia: “fake news são especialmente vocacionadas para o papel. Como os grupos são fechados, a privacidade faz com que os participantes encaminhem mensagens ainda mais agressivas, assumindo, em muitos casos, caráter escatológico” (SOUZA NETO, 2020, p. 141-142).

Não deve surpreender que toda essa agressividade discursiva, tanto do líder populista quando dos seus seguidores capturados pela mensagem catalisada em bolhas de informação, seja direcionada ao inimigo escolhido do povo-homogêneo: as elites do sistema. Por se tratar de um conceito raso, “a elite” pode ser preenchido, a depender do contexto, com inimigos mais ou menos adequados ao discurso populista. A sua principal distinção em relação ao “povo” que o líder supostamente representa, é normalmente relacionada ao poder político, ao status socioeconômico ou à nacionalidade (MUDDE; KALTWASSER, 2017, p. 9)

As elites podem ser representadas por estrangeiros globalistas que ameaçam a autodeterminação da nação, poderosos detentores de riquezas que conspiram contra as massas, ou integrantes da estrutura institucional/partidária que sob qualquer aspecto disputem o poder do líder-populista. Na verdade, por vezes o

conceito de “elite” referente a cada movimento populista se modifica, mesclando esses ou outros exemplos.

Chantal Mouffe retoma o *insight* de Carl Schmitt de que toda identidade é relacional, ou seja, constrói-se e reafirma-se na diferença. Para existir um “nós”, há de haver limites, e aqueles que não integram esse limite, constituem-se em “eles”. Todavia:

Existe sempre a possibilidade de que essa relação “nós/eles” possa se tornar antagonística, isto é, que ela possa se tornar uma relação de “amigo/inimigo”. Isso acontece quando se acredita que o “eles” está questionando a identidade do “nós” e ameaçando sua existência (MOUFFE, 2015, p. 14-15).

Essa relação apontada pela autora belga é especialmente importante, já que Mouffe se dedicou a diferenciar as relações agonísticas (em que há uma discordância a respeito do projeto político hegemônico que deverá ser adotado pela comunidade) e as relações antagonísticas, em que há uma relação adversarial entre grupos que não reconhecem legitimidade no projeto contrário. (MOUFFE, 2015). A grande questão é que no antagonismo adversarial, por diversas vezes a discordância é exposta em padrões *morais*, e não políticos.

A mesmíssima interação se opera entre elite e povo, no populismo. A discordância para com a elite (qualquer que seja ela) não é de natureza política, mas, antes, fundada em critérios morais. Deve-se lembrar que uma das características do movimento populista é de que o líder, em determinado momento, ultrapassa a representação e passa a encarnar em si todas as reivindicações do povo – o que Oakeshott chama de “virada messiânica da política da fé (OAKESHOTT, 1996, p. 28-29).

Ora, se o líder (populista) é o único representante fidedigno do povo, e mais, se o integrante de uma bolha recebe unicamente informações enviesadas que corroboram essa visão antagonística contra os que se opõem à “vontade geral”, e ainda se os principais estímulos que receberá pelas redes sociais serão violentos e catárticos, não é de se espantar que aquelas elites que supostamente se opõem ao projeto populista sejam alçadas à autênticos inimigos, com os quais não há possibilidade de estabelecer agonismo, mas apenas de travar combate.

Para os fins do presente trabalho, possui especial relevância a adoção da “mídia” como elite. De fato, como mencionado, aquele(s) sujeito(s) que será(ão) adotados para preencher o espaço de “elite” pode(m) variar, sendo que a imprensa tradicional é frequentemente apontada para essa finalidade.

Normalmente, a imprensa já possuiria *a priori* características que se amoldam às necessidades dos populistas: todo o *Stammtisch*, pautado em declarações polêmicas, fornecem aos veículos de comunicação um “prato-cheio” de notícias potenciais a serem exploradas: “Drawing upon anti-intellectualism and a sense of urgency, often largely created by the populist themselves, he will argue that the situation

(‘crisis’) requires ‘bold action’ and ‘common sense solutions’” (MUDDE; KALTWASSER, 2017, p. 64). Assim, os discursos do líder populista, como é de se supor, serão pautados por frases que reverberarão no ceticismo das mídias, o que desperta desde logo a relação antagonística.

Soma-se ainda o fato de que diversos veículos da imprensa “tradicional” fazem parte de grupos econômicos de relativamente alta posição financeira, estão em funcionamento há longos anos, e possuem as características “técnicas” e “neutras” – normalmente relacionadas ao *establishment*. Em suma, as qualidades naturais e até mesmo elogiáveis dos veículos de informação tornam-se, aos olhos dos partidários populistas, semelhanças para com os inimigos, membros das elites.

A “imparcialidade” jornalística é imediatamente tomada como uma manifestação adversarial. Realmente, como o líder populista e seus apoiadores não possuem o menor pudor de promover declarações especialmente gráficas, simplórias e agressivas, imediatamente estabelece-se como padrão um comportamento por si só pouco ortodoxo e extremado. Assim, a naturalização de declarações polêmicas acaba por subverter o discurso comedido, inclusive da imprensa, em um discurso tímido, fértil a ser apontado pelos populistas como dissimulado.

A “isenção” passa a deter uma conotação negativa, mas, ao mesmo tempo, o posicionamento editorial de um jornal, a título de exemplo, será inserido na dinâmica ruidosa da pós-verdade, utilizado para deslegitimar informações provenientes dessa mídia. Exemplo da inimizade em face da elite-imprensa foi o episódio do dia 05/11/2020, quando três das maiores redes de televisão aberta estadunidenses – ABC, CBS e NBC – se viram forçadas a interromper a transmissão da fala oficial de Donald Trump que afirmava (sem apresentar qualquer prova) que as eleições das quais se viu perdedor haviam sido fraudadas (REINA, 2020).

Também deve se apontar que os veículos de comunicação tradicionais são, ao mesmo tempo, coadjuvantes desse fenômeno. Chantal Mouffe (2015, p. 73) já denuncia a imprensa combativa “extremamente satisfeita de ter encontrado um novo demônio para combater” nas caricatas figuras populistas.

Mais ainda, a Imprensa se insere nas mesmas dinâmicas apontadas no capítulo anterior: assim como qualquer outra publicação, os algoritmos privilegiarão postagens especialmente catárticas, e, assim, há sempre uma tendência à espetacularização dos conteúdos. Inclusive, em muitos sentidos, nas mídias digitais é mais benéfico o engajamento, independentemente de sua natureza. Equivale a dizer, para fins de compartilhamento, mais vale uma publicação com muitas interações ainda que negativas, do que postagens com assentimento silencioso. Daí se proliferam os *click baits*, bem como notícias propositalmente polêmicas, e posturas editoriais hostis, retroalimentadas pelo embate entre populistas e as mídias integrantes da “elite”.

É claro que, se a imprensa compõe a elite que antagoniza o povo, privilegiam-se fontes de informação “genuínas”, supostamente não contaminadas pelo

“sistema”. Como visto no capítulo anterior, o universo digital faculta a criação e a divulgação de publicações com uma facilidade estonteante, permitindo a todos os que se encontram insatisfeitos com os “ataques da grande-mídia” a busca por fontes de notícias mais “isentas”. Mas se na pós-verdade impera a versão em detrimento da qualidade jornalística de conteúdos divulgados, a concorrência entre “blogs”, “páginas” e jornalistas não será pautada pelos atributos da ética, apuração e esmero técnico, mas sim, pelo grau de satisfação atingido por aquela informação dentro da respectiva narrativa imperante em determinada bolha social. Não à toa a designação de “formadores de opinião”.

Os temas que corroboram a versão adequada à defesa do projeto ideológico em questão serão aceitos e difundidos, e os conteúdos que infiltram a bolha são indesejados, desmerecedores de qualquer avaliação já que provenientes dos inimigos, da Elite. Não é o caso de selecionar conteúdos com base naquilo que *se gosta ou não de consumir*, mas de absorver apenas as informações que *contribuam para a visão do movimento* e ainda de rechaçar notícias que desafiem essa hipóstase, mesmo se for necessário deslegitimá-las em razão da sua fonte. Trata-se, como visto, da incidência de um perigoso efeito de viés de confirmação. E como a discordância é moral e não política, os que difundem essas informações são inimigos e não dissidentes.

Em última instância, se a caracterização da pós-verdade é a hierarquia da opinião em face de verdades objetivas (se é que se pode falar de verdade objetiva), e se essa opinião se consolida como a manifestação moral do povo contra o *establishment* corrupto, a própria verdade se converte em inimigo, pois passível de desafiar a versão pós-verídica acolhida. Informações técnicas, fatos científicos e opiniões especializadas são deslegitimadas e consideradas elitizadas, podendo (e devendo) serem combatidas.

O líder populista acaba por se estabelecer como um polo anti-*establishment*, (MOUFFE, 2015, p. 67) que contraria recorrentemente as informações provenientes das “elites do consenso”. Os mais radicais seguidores, como os adeptos de teorias da conspiração, sentir-se-ão acolhidos pelo discurso desafiador populista, enquanto a maioria dos eleitores desse líder, de fato mais moderados e que poderiam ser afastados por essas declarações polêmicas, serão blindados pelo ruído da pós-verdade: as falas mais esdrúxulas do líder serão suavizadas por outras versões canalizadas por cascatas de informação, enquanto a fonte dessas notícias inconvenientes (a imprensa) será deslegitimada e desconsiderada por se tratar do inimigo – as elites.

Como se verificou lamentavelmente na gestão da pandemia de coronavírus no ano de 2020 por lideranças mundiais tidas como populistas, tal como se deu no Brasil, nos Estados Unidos, nas Filipinas e na Hungria; até mesmo a ciência “é vista não como subsídio, mas como obstáculo” (SOUZA NETO, 2020, p. 165) à imposição das políticas dos respectivos líderes.

4. A CONTRIBUIÇÃO DAS REDES SOCIAIS: PATERNALISMO, LIBERDADE E REPERCUSSÃO ELEITORAL

Ocorre, como ficou evidente nos tópicos anteriores, que a desinformação digital passa a ser uma parte integrante na dinâmica das disputas eleitorais. Afinal, a democracia de audiência, que tanto se abordou, pode também ser relacionada com o conceito de “democracia midiática”, aquela que se encontra:

Muy alejada de las pautas del parlamentarismo clásico como forma de gobierno, en la que la televisión y los medios de comunicación de masas desplazan al Parlamento al punto de erigirse en gran foro público de debate y en la arena donde se libran las batallas por el poder (AGUILAR, 2004, p. 591).

Com a valorização do papel da mídia na formação de consensos e conflitos políticos, é evidente que todos os hábitos de desinformação se tornam elementos essenciais das mobilizações, especialmente eleitorais. Pode-se retomar a já mencionada concepção democrático-concorrencial de Schumpeter, segundo a qual “the democratic method is that institutional arrangement for arriving at political decisions in which individual acquire the power to decide by means of a competitive struggle for people’s vote” (SCHUMPETER, 1950, p. 265).

Torna-se conseqüentemente evidente que somente pode haver competição eleitoral legítima a depender de uma concorrência efetiva. Em melhor dizer, nas palavras de Oscar Sanchez Muñoz (2008), tem de haver uma igualdade de oportunidades nas competições eleitorais – tem de haver, em suma, um ambiente político-deliberativo capaz de lidar com as disputas eleitorais de forma autêntica, apto a conduzir um processo genuíno de consulta popular.

Não é desproposita a menção do art. 14, parágrafo nono, da Constituição brasileira de que a lei deverá proteger “a probidade administrativa, a moralidade para exercício de mandato considerada a vida pregressa do candidato, e a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou o abuso do exercício de função, cargo ou emprego”.

Nem tampouco podem ser ignoradas as previsões semelhantes as contidas na Convenção Americana de Direitos Humanos, artigo 23, item b, e no Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos, artigo 25, item b, os quais garantem a todo cidadão o direito “de votar e de ser eleito em eleições periódicas, autênticas, realizadas por sufrágio universal e igualitário” por meio de voto secreto, que garanta a manifestação da vontade dos eleitores.

O que se quer ressaltar é que há um direito político subjetivo (humano e fundamental) à instrumentalização da soberania popular em eleições autênticas visando a autodeterminação mediante representação. Se o modelo de deliberação que se consagrou na democracia liberal ocidental foi o da concorrência entre propostas – ou, mais recentemente, o da concorrência entre figuras-candidatos

personificados – e ainda se o *locus* maior dessa concorrência passou a ocupar as mídias sociais (inclusive digitais), a desinformação ameaça esse próprio foro de formação de vontade eleitoral, e, por conseguinte, a legitimidade das eleições, bem como do poder constituído por elas.

A bem da verdade, essa constatação ocupa a intersecção com um tema já bastante reconhecido pela academia: o moralismo eleitoral. Em termos gerais, o pensamento jurídico-eleitoral brasileiro guinou – especialmente desde a alteração de Lei Complementar nº 64/90 pela LC nº. 135 em 2010 – para uma tendência de buscar a moralização política pela via judicial.

Se, por um lado, esse controle jurisdicional das condições de elegibilidade pautadas em critérios morais foi comemorado por setores da sociedade por representar um “amadurecimento” e uma oportunidade de incidência de *accountability* à representação política; por outro olhar, esse discurso de moralização política retirou do povo a possibilidade de “escolher livremente seus representantes e, por consequência, limitou-se a soberania popular, partindo do pressuposto de que os eleitores devem ser tutelados” (PECCINI; COPI, 2019, p. 62).

Embora não seja esse o tema do presente trabalho, quer-se pontuar definitivamente a ameaça constante nessas visões paternalistas que visam “proteger o eleitor dele mesmo”. De fato, sob tal discurso, opera-se um “perigoso encontro entre discurso jurídico e moralidade – uma moralidade perniciosa que desafia os fundamentos do Estado Democrático de Direito” (SALGADO; ARAÚJO, 2013, p. 123).

A ameaça desempenhada pela desinformação digital que vem sendo discutida nesse trabalho não se confunde com a agora abordada tentativa de moralização política via *lawfare*, mas ambos os fenômenos têm, como sintoma comum, a subestimação da capacidade e da liberdade política do eleitor. Afinal, “juízes e tribunais eleitorais não são talhados para dar conta da deficiência do processo político da escolha e da fragilidade dos partidos” (SALGADO, 2010, p. 114).

Assim, quer-se especialmente apontar que, embora as consequências estabelecidas pela desinformação digital pareçam especialmente ameaçadoras à legitimidade das eleições e às esferas de deliberação que as precedem, reconhecer essa ameaça não pode jamais significar uma autorização irrestrita à interferência e ao controle da democracia por atores não-eleitos. Nem tampouco, esse alerta pode ser compreendido como uma defesa populista e ingênua da vontade majoritária como se essa, ainda que vitoriosa no procedimento eleitoral, pudesse condensar-se em possibilidades absolutas ou imunes à contenção contramajoritária.

Em suma, a grande dificuldade (tanto no escopo geral, quanto para os fins do presente trabalho) é a de produzir respostas moderadas, mas eficazes, que a um só tempo fortaleçam a legitimidade dos procedimentos eleitorais, sem, contudo, privá-los de sua espontaneidade.

Evidentemente trata-se de fardo bastante amplo, o qual somente poderá ser suportado a contento com a divisão de responsabilidades (e com a devida

distribuição de ônus e sanções) entre os diversos atores da dinâmica política: à Justiça Eleitoral; aos legisladores; aos candidatos; aos partidos e coligações; e, porque não, às redes sociais, que paulatinamente ocupam um protagonismo na formação das vontades que conduzirão o debate no mercado de ideias político (deslocando, sem contudo substituir, a imprensa tradicional).

Portanto, o presente trabalho conduz-se a analisar o papel dessas redes sociais frente à ameaça do neopopulismo catalisado pela desinformação digital, o que se intensifica com a estigmatização da imprensa tradicional, escolhida como elite-inimiga por parte dos líderes populistas; até como uma alternativa à intervenção mais traumática de outros atores institucionais que poderiam interferir nas redes.

De fato, a proposta do presente trabalho é a de que, quando determinados atores se omitem nesse papel conjunto e polivalente de sustentar o equilíbrio da formação de um debate político legítimo, uma das consequências é a possibilidade de que outros dos atores extrapolem as atribuições que lhes seriam almejadas, ocupando espaços inadequados.

Evidentemente, essa tese é por demais simples para servir como única explicação para os complexos movimentos que a sociedade tem presenciado, todavia, não se pode ignorar também – para retomar o exemplo da moralização eleitoral – que o Judiciário agigantou-se com fundamento em uma oportunidade concedida pelo Legislativo nacional, o que somente foi possível diante de uma reiterada desintegração da ética política na percepção social. Em suma, avaliar o papel das redes sociais diante da desinformação populista, é, igualmente, rechaçar possíveis investidas inadequadas por parte dos *outros* atores políticos (que possuem suas respectivas funções *distintas* a desempenhar frente ao neopopulismo digital).

Nem se diga que sim, *há* uma função a ser desempenhada pelas redes sociais, que não podem permanecer passivamente omissas ao desenvolvimento de tendências nocivas catalisadas por seus algoritmos e fomentadas em seus canais. Assim se extrai do próprio marco civil da internet (Lei nº 12.965/2014), o qual estabelece, em relação ao uso da internet no Brasil, como fundamento a colaboração (artigo 2º, inciso IV); como princípios a preservação da estabilidade, segurança e funcionalidade pelo estímulo de boas práticas (art. 3º, V), responsabilização dos agentes (art. 3º, VI), natureza participativa (art. 3º VII); e ainda como objetivo a participação na vida cultural e na condução dos assuntos públicos (art. 4º, II) (BRASIL, 2014).

Ainda no contexto do marco civil, as redes sociais enquadram-se no conceito de *provedores de aplicação de internet*, assim inseridas pelo artigo 5º, inciso VII daquele diploma legal no conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet (BRASIL, 2014). Vale ainda mencionar que essas aplicações também encontram regulamentação especificamente na seara eleitoral, disciplina à cargo da Resolução nº 23.551/2018, do Tribunal Superior Eleitoral.

Desses apontamentos se extrai que, no panorama digital brasileiro, há um espaço destinado à contribuição das redes sociais, inclusive no modo como lidar com a desinformação. A ressalva dirigida ao “paternalismo” que se opera na tutela do eleitor pelo moralismo estatal, se faz novamente pertinente no presente tópico. Assim como os discursos de moralização retiram a soberania de escolha do votante, não se pode, sob o argumento de “proteger” o ambiente digital, admitir-se uma intervenção que determine o que é “verdade” e o que é “mentira”, nem mesmo pelo honroso propósito de “combater” movimentos populistas.

Deve-se, antes, exigir dos provedores de aplicação uma postura condizente com o regramento jurídico, e uma cooperação conjunta na tentativa de preservação da liberdade de formação de opinião – uma das dimensões do direito de liberdade de expressão (MACHADO, 2002, p. 427) – inclusive no que diz respeito à formação de opinião eleitoral.

Nessa toada é que se passa a propor o papel das redes sociais no trato da desinformação digital, especialmente na dinâmica da política concorrencial. O presente trabalho propõe que estas redes adotem, em diferentes graus de intensidade, duas posturas: a curadoria de conteúdo e a qualificação comportamental. Na verdade, é imprescindível que as redes sociais passem a promover mais vibrantemente a curadoria das informações divulgadas por seus canais, mediante a qualificação do modo como se comportam, e, evidentemente, do modo como propõem a interação com e entre seus usuários.

Por “curadoria de conteúdo”, designa-se toda uma gama de condutas destinadas a lidar com as informações divulgadas pelos canais das respectivas redes sociais, afinal, diante da possibilidade de responsabilização, tornam-se os provedores de aplicação também interessados na zeladoria das informações que neles transitam.

Evidentemente, informações sensíveis e criminosas, a maioria das quais são já banidas pelos termos de uso dessas plataformas, devem continuar sendo removidas. Igualmente, as redes sociais submetem-se a controles judiciais posteriores, tais como a previsão de cessar a divulgação de propaganda eleitoral irregular (art. 57-F da Lei nº 9.504/97). O que aqui se propõe é uma postura complementar: provedores de aplicação de internet devem desenvolver práticas que se encarreguem de tornar seus conteúdos mais transparentes e suas informações mais apuradas.

Trata-se, em suma, de combater algumas das distorções e desinformações possibilitadas pelas ferramentas constantes nos provedores mediante a qualificação do debate, educando seus usuários. Exemplo elogiável foram os alertas inseridos em redes sociais de modo a contribuir com a divulgação de informações confiáveis no contexto da pandemia de coronavírus. Como exemplo, o Instagram anunciou em março de 2020 que buscas pelos termos “coronavírus” ou “Covid-19” iriam resultar no aparecimento de uma mensagem educacional, conectada a informações

da Organização Mundial da Saúde e de ministérios da saúde locais (INSTAGRAM, 2020), postura seguida pelo Facebook (FACEBOOK, 2020) e outras plataformas.

Nesse ínterim, o termo “confiáveis” salta aos olhos, afinal, poder-se-ia questionar o que torna uma informação confiável. De fato, aqueles adeptos de teorias da conspiração estariam certos (pelas razões erradas) em apontar que essa prática poderia, ao menos em tese, permitir que os provedores conspirassem propagandeando informações falsas. Também pode se admitir que, em alguns casos, uma informação confiável poderá estar – simplesmente – equivocada.

Não obstante esses reveses, continua sendo louvável (e proveitoso) a curadoria promovida pelas redes, especialmente em questões cruciais como a pandemia e o funcionamento de processos eleitorais. Além do mais, deve-se argumentar que essa é uma postura moderada: ao invés, por exemplo, de remover uma publicação aparentemente inverídica, acrescenta-se uma indicação que contextualiza aquela postagem em direção de informações mais confiáveis.

Evidentemente, esse debate tangencia com os limites da liberdade de expressão, o que escaparia aos propósitos do presente trabalho. De todo modo, não se nega que determinados conteúdos (como notícias fraudulentas, por exemplo) talvez devam ser removidas, censurados. Os limites entre estas e outras informações, menos nocivas, ainda não está claro, e deverá ser debatido conforme o amadurecimento do ordenamento jurídico. Mas as plataformas digitais podem contribuir com esse debate, promovendo a curadoria daqueles conteúdos que aparentemente desviam-se das fontes confiáveis e causam desinformação. Se essa contribuição é ainda moderada, conservando a liberdade de manifestação do usuário, tanto melhor.

Caso paradigmático foi a suspensão da conta de Donald Trump no *twitter*, em janeiro de 2021, em razão de o então presidente ter incitado a violência de seus manifestantes após a derrota eleitoral, o que culminou com a invasão do Capitólio (TWITTER, 2021). Talvez, as publicações que conclamam reações extremadas em um tenso contexto de derrota eleitoral possam ser consideradas como passíveis de censura, mas, em linhas gerais, a postura adotada pelo Twitter é contrária aquilo que o presente trabalho defende.

De fato, impedir a divulgação de informações por determinados atores – mesmo líderes populistas – é conceder um poder bastante perigoso às redes sociais, poder esse que poderá em um futuro próximo ser destinado à limitar discursos “verdadeiros”. Não bastasse, essa postura antagoniza imediatamente os círculos de adeptos, que interpretam essa postura como mais uma evidência da veracidade do líder populista o qual o *establishment* estaria tentando calar. Assim as plataformas digitais passam a ser incluídas no conceito populista de “elite”, tal qual a imprensa.

Outro exemplo de curadoria de conteúdo é a identificação de informações potencialmente fraudulentas, quando, por exemplo, apontadas por agências de checagem. As redes sociais, utilizando-se dos mesmos algoritmos tão criticados, podem (com base em denúncias de outros usuários e de fontes independentes)

etiquetar determinadas publicações como “potencialmente falsas (na avaliação de x ou de y)”. Novamente, promove-se a educação da comunidade, dirimindo vieses que, do contrário, estabelecer-se-iam como verdades inquestionadas.

A *apuração* do conteúdo – promovida pelas agora mencionadas agências de checagem – parece ser um produtivo nicho informativo: que sucede a presumida investigação jornalística. Os assim chamados *fact-checkers* costumam ser instituições independentes ou integrantes de outros veículos de informação responsáveis por *verificar* profundamente a veracidade de dados, declarações, notícias e boatos, como forma de esclarecê-los de maneira destacada e multifacetada.

É evidente que como qualquer entidade (jornalística), não se pode esperar imparcialidade absoluta dessas agências (nem seria factível). Todavia, sua isenção as coloca em território neutro, possibilitando, ao menos em tese, que estas avaliem publicações advindas de múltiplas fontes, podendo por exemplo investigar tanto a fala de um líder populista quanto a manchete de um jornal opositor. Convertem-se, assim, em aliados na curadoria de conteúdo que o presente trabalho defende como função das plataformas digitais.

Já a “qualificação comportamental” diz respeito a modificar alguns dos próprios padrões de posicionamento dos provedores de aplicação. Seria o caso de redes sociais modificarem alguns de seus valores, por meio da alteração de algoritmos e o desenvolvimento de ferramentas diversas, no mesmo propósito de lidar com a desinformação.

Algumas posturas poderiam ser enquadradas como mudanças comportamentais qualificadoras, tais como o aumento do “custo” de divulgação de informações – por exemplo, o impedimento de que usuários compartilhassem notícias sem que as tenham acessado, a limitação de compartilhamentos simultâneos, e a notificação de alertas aos *users* quando constatados padrões de publicações relacionadas à desinformação ou a condutas ilícitas.

A bem da verdade, trata-se de um anseio que não necessariamente condiz com a lógica econômica de mercado. Afinal, não se pode ignorar que alguns dos padrões perversamente impostos por algoritmos digitais tendem a manter o usuário consumindo aquelas informações, e, certamente, opera-se uma concorrência entre redes sociais, cada qual com o interesse de manter sua audiência. Portanto, cogitar uma mudança brusca e benevolente dessas plataformas, especialmente em condições que desagradem parcelas significativas do público (como por exemplo alguma interação que beneficie usuários que não interagem com desinformações) é, em certa medida, utópico.

Também não se deve olvidar que a mencionada disputa entre provedores concorrentes leva ao surgimento de redes sociais que se distinguem, justamente, por lidarem de maneiras particulares com os hábitos da desinformação. Exemplos, de ambas as vertentes, não faltam: o *Sparkle* é uma rede social que se apresenta justamente com o diferencial de não utilizar algoritmos – de exibir integralmente todos os conteúdos de uma página para seus seguidores (SPARKLE, 2020). Por sua

vez, a Parler se apresenta justamente como uma rede social integralmente livre, não censurando qualquer conteúdo, inclusive aqueles que incitam violência (ONOFRE, 2021).

Não deve espantar que essa concorrência tenha também efeitos negativos. Aliás, alguns provedores podem, até mesmo, evoluir para tornarem-se, eles próprios, espécies de bolhas. Igualmente, o discurso populista, versado no enfrentamento nós/eles, facilmente pode declarar várias dessas posturas como evidências de um enfrentamento por parte das elites. Não obstante, a curadoria de conteúdo e a qualificação comportamental parecem ser alternativas menos interventivas e já disponíveis às redes sociais na contribuição de uma mitigação não somente da desinformação digital, mas de seus efeitos e dos hábitos que as potencializam.

Finalmente, essas posturas têm a especial distinção de dizerem respeito aos provedores de aplicação em si, e não de uma intervenção de outros atores. A cooperação com legisladores, usuários, candidatos, veículos de imprensa e tantos outros interessados deve ser incentivada no combate inclusive do populismo extremado, mas cada uma dessas partes precisa conservar o seu papel, sob pena de validar-se um paternalismo que, sob o argumento de proteger a democracia, deslegitima sua competição eleitoral e empobrece a formação de vontade dos seus protagonistas.

5. CONCLUSÃO

Como ficou evidenciado, apesar de as *fake news* terem monopolizado o discurso contra a desinformação nos últimos tempos, estas tratam-se na verdade de um sintoma de um mal maior: o contexto da pós verdade, catalisado por diversos hábitos e ferramentas de interação digitais tem se consolidado como uma autêntica ameaça civilizacional.

Não se trata apenas de haver grupos desinformados, nem de apontar-se de maneira elitizada uma “má-compreensão” da política por parte da população. A verdade é que a formação de segmentos inteiros da sociedade estagnados em um universo informativo paralelo e imunes às informações confiáveis prenuncia riscos muito palpáveis.

A pandemia de coronavírus – em que diversos usuários de redes sociais deixaram de acreditar na gravidade da doença, utilizaram tratamentos ineficazes ou mesmo negaram a qualidade de vacinas – serve como alerta de que esse fenômeno de desinformação possui consequências diretas e severas. A formação e consolidação de regimes populistas pelos canais desinformativos das redes sociais é outro risco que não pode ser ignorado. Muitas das utilidades dessas plataformas digitais tem permitido a viabilização de um discurso populista ainda mais persuasivo e agressivo.

Ao mesmo tempo, essa constatação não pode conduzir a respostas simplórias: como visto, o modo de representação populista por vezes denuncia lacunas democráticas que precisam ser preenchidas, pois, do contrário, serão preenchidas

por manifestações antagonísticas. Ridicularizar as massas que tem aderido a esses discursos simplórios – além de ignorar totalmente fatores digitais que facilitam captura desses usuários – é adotar comodamente o papel da elite que o populismo tanto critica.

Finalmente, não se podem negar ainda os benefícios trazidos pelos provedores de aplicação digitais, por vezes, proporcionais aos próprios riscos de desinformação. Tecidas essas considerações, a verdade é que constatar o fenômeno da desinformação digital e seus laços com o neopopulismo deve conduzir a um debate maduro a respeito dos métodos adequados de enfrentamento dessa tendência.

Como já se ressaltou, todos os atores têm papéis a desempenhar, e não se espera que a resolução dessas questões seja simples ou imediata. Legisladores, por exemplo, tem uma contribuição importante: a Lei nº 13.709/18, que trata da proteção de dados (digitais) inaugura um período de maior atenção à destinação das informações sensíveis de diversos usuários. Ao mesmo tempo, iniciativas como o Projeto de Lei nº 2.630, que criminaliza a divulgação de notícias fraudulentas – ainda que bem-intencionado – pode facilmente converter-se em uma distópica versão do ministério da verdade orwelliano.

Essas possibilidades só demonstram que cada um dos interessados, tais como partidos políticos, candidatos, usuários, veículos de imprensa, dentre outros, devem tomar parte no debate e na avaliação de medidas que contribuam com a qualificação do debate digital e, em especial, com suas interações com as formações de opiniões eleitorais.

Todavia, esse debate precisa inteirar-se das diferentes tarefas que cabem a cada segmento, e, especialmente, precisa considerar que o paternalismo que almeja “proteger o cidadão dele mesmo” não pode ter vez na dinâmica da livre manifestação, somente contribuindo para municiar exemplos populistas. Estigmatizar aqueles capturados por discursos populistas somente reforça os seus laços com essa ideologia, até porque, versões que parecem ridículas quando comparadas com fatos objetivos são – para seus adeptos pós-verídicos – verdades absolutas. “Combater” essas verdades é antagonizar os segmentos que se espera esclarecer.

Tome-se como exemplo as agências verificadoras. Seu modo de esclarecer boatos é destacado e multifacetado. Essa última qualidade se refere à possibilidade de que notícias sejam *destrinchadas*, avaliadas sob vários aspectos, e não apenas submetidas a um veredicto de “verdadeiro/falso”. Estas costumam adotar uma gama de classificações ao avaliar declarações: “exagerada”; “fora de contexto”; “insustentável”, e, claro, “falsa” ou “verdadeira”.

Essa multiplicidade é muito bem-vinda para dirimir o caráter antagonístico do ato de declarar como “fraudulenta” uma versão que, para determinados grupos ou bolhas, ganhou ares de verdade inquestionável; e ainda qualifica o debate público.

O outro privilégio da checagem é a capacidade de isolar informações, destacando-as das cascatas de informação e expondo-as ao ambiente externo ao das bolhas sociais. Se o fenômeno da cascata é o de acatar (velozmente) uma publicação como verdadeira tão somente por ter sido compartilhada, e se as bolhas convencem seu integrante da acurácia da versão blindando-o de posições distintas, os *fact-checkers* interrompem a cascata, justamente *deixando de aceitar* uma publicação *a priori* e brindando usuários com posições (espera-se) mais objetivas, céticas.

Mas, quer-se demonstrar que, ao mesmo tempo, as agências de checagem não podem ser tidas como uma panaceia para notícias fraudulentas. Na verdade, a assunção convicta de que qualquer informação proveniente destas fontes se encontra automaticamente correta e isenta de “parcialidade” é a receita para o desastre, transformando agências de checagem por sua vez em berço de publicações dogmáticas, imunes ao ceticismo racional.

Aliás, a divulgação do veredicto dado por *fact-checkers* apenas por essa qualidade é novamente a formação de uma cascata de informação, o que pode conduzir a novas bolhas sociais – comunidades imunes às notícias talvez verdadeiras, mas que *não* tenham sido checadas, por qualquer que seja a razão (pela simples ausência de oportunidade, por exemplo, ou mesmo por uma intenção maliciosa das agências de checagem).

A ameaça de que as próprias entidades verificadoras se parcializem não pode ser descartada. Talvez o benefício da democratização que foi apontada nas redes sociais seja justamente a possibilidade de concorrência. A possibilidade de que, com a queda de confiabilidade de uma dessas agências, o consumidor procure outra fonte “mais imparcial”.

Também deve se considerar que o universo da pós-verdade possui, sob certos aspectos, alguma imunidade frente à agências de checagem. Afinal, os veredictos provenientes de *fact-checkers* irão concorrer com notícias fraudulentas e poderão ser deslegitimados – no contexto populista – como mais um ataque da elite formada pela “grande mídia”. Se a postura pós-verídica é a de acatar a versão que mais se amolda à respectiva visão partidária, não há dúvidas da preferência de que gozarão informações enviesadas em face à “neutras” análises de verificação.

A própria proliferação de várias fontes de checagem de dados faz presumir que, em um futuro próximo, haverá discordância entre as conclusões de cada uma destas, o que corrobora o ruído violento de informações ao que todos os usuários de redes sociais estão submetidos. Quanto a essas publicações, imperam-se as mesmas vantagens algorítmicas: a catarse, e os *click-baits* privilegiam o consumo de uma veia de informações menos qualificadas, o que ameaça a classificação multifacetada necessária.

A função das agências de checagem foi propositalmente tratada de forma extensiva para exemplificar o ponto anterior: *nenhuma iniciativa lidará com a desinformação sozinha*; e transferir a responsabilidade tem como resultado tão somente a *substituição de uma ameaça por outra*. As redes sociais, tais como os demais

agentes que detêm protagonismo na formação de vontade política, detêm, cada qual, um papel a desempenhar. Esse papel não pode ser olvidado – sob pena de que a desinformação se prolifere ou se agrave, ou ainda que outros atores assumam funções indevidas; ao mesmo tempo, essa função não pode ser transferida, sob o risco da ineficiência ou da ameaça à legitimidade das decisões (inclusive eleitorais) já bastante impactada.

Ao mesmo tempo, essa responsabilidade pode e deve ser compartilhada. Embora as agências de checagem, por exemplo, não possam definir o que é ou não verdade (assim como nenhum dos outros agentes citados), essas entidades verificadoras podem contribuir para munir as redes sociais e seus usuários (e os outros atores mencionados) de ferramentas aptas a identificar notícias fraudulentas.

O presente trabalho propõe duas iniciativas que cabem às próprias redes sociais: a curadoria de conteúdo e a modificação qualitativa do comportamento dessas plataformas. Diante das repercussões avaliadas no capítulo 3, a hipótese parece confirmada, mostrando-se essas iniciativas eficazes no sentido de contribuir à diminuição dos efeitos viciosos da desinformação, bem como suas repercussões populistas, sem, contudo, deixar de considerar a necessidade de moderação, evitando, assim, uma intervenção paternalista que invada demasiadamente a liberdade dos usuários.

Quanto às notícias fraudulentas, por exemplo, parecem produtivas aquelas propostas (a indicação de publicações aparentemente falsas e a diminuição das possibilidades de contágio). Embora o fenômeno da pós-verdade não possa ser *combatido*, certamente suas causas podem ser reavaliadas e seus efeitos mitigados. É o caso de desarmar, ao menos parcialmente, os efeitos deletérios das bolhas sociais e das cascatas (des)informativas. Essas posturas “moderadas” não devem, evidentemente, impedir que outras práticas já acertadas permaneçam em atividade, tais como a responsabilização de determinados conteúdos ilegais, e a perseguição de contas falsas e *bots*.

Se o ruído de informações dissonantes não pode ser reduzido sem ameaças gravíssimas à liberdade de expressão, talvez seja o caso de povoá-lo com um maior número de informações confiáveis, e muni-las de privilégio, para que possam competir com as versões fraudulentas enviesadas.

REFERÊNCIAS

AGUILAR, Juan Fernando Lopez. La democracia mediática: la legislación parlamentaria y los medios de comunicación, in Menéndez Menéndez, A./Pau Pedrón, A. (Dir.): La proliferación legislativa: un desafío para el Estado de Derecho, Civitas, Madrid, 2004.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 2017, v. 31, n. 2, p. 211-236. Disponível em: <<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>>. Acesso em: 17 jan. 2021.

ARDITI, Benjamin. Populism as an Internal Periphery of Democratic Politics. In: PANIZZA, Francisco (Ed). *Populism and the Mirror of Democracy*. Nova York: Verso, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. *Die Transparenz des Bösen: Ein Essay über extreme Phänomene*. Berlim, 1992.

BECK, Ulrich. *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order*, Cambridge, Polity Press, 1997.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, 5 de outubro de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em 05 out. 2020.

BRASIL. Lei nº 12.965/14. Brasília, 23 de abril de 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>. Acesso em 14 jan. 2021.

BUCCI, Eugênio. Pós-política e corrosão da verdade. *Revista USP*, n. 116, 2018, p.19-30. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/146574>>. Acesso em: 13 mai. 2020.

CALDAS, Camilo Onoda Luiz; CALDAS, Pedro Neris Luiz. Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos e vulnerabilidade no contexto do big-data, das fake news e das shitstorms. *Perspectivas em Ciência da Informação*. Belo Horizonte, v. 24, n. 2, p. 196-220. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362019000200196&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 18 dez. 2020.

CASTELLS, Manuel. *Ruptura: a crise da democracia liberal*. Jorge Zahar Editor Ltda. 2017.

CHEN, Xinran et al. Why students share misinformation on social media: Motivation, gender, and study-level differences. *The Journal of Academic Librarianship*, v. 41, n. 5, p. 583-592, 113, 2015. Disponível em:

<<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133315001494>>.
Acesso em: 11 ago. 2020.

DARNTON, Robert. Entrevista à Folha de São Paulo. Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton. FSP: São Paulo, 19/02/2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>>. Acesso em: 04 ago. 2020.

DUNNING, David, *et al.* Why people fail to recognize their own incompetence. *Current Directions in Psychological Science*, v. 12, n. 3, p. 83-87, 2003. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1467-8721.01235>>. Acesso em: 17 jan. 2021.

FACEBOOK vai avisar quem interagiu com informações falsas sobre o coronavírus. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/04/16/facebook-vai-avisar-quem-interagiu-com-informacoes-falsas-sobre-o-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

FLOOD, Alison. Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries. 2016. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-namedword-of-the-year-by-oxford-dictionaries>>. Acesso em: 10. jan. 2021.

677

HAN, Byung-Chul. Sociedade do cansaço / Byung-Chul Han ; tradução de Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ : Vozes, 2015.

INSTAGRAM anuncia ferramentas para evitar informações falsas sobre o coronavírus. G1. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/03/24/instagram-anuncia-ferramentas-para-evitar-informacoes-falsas-sobre-o-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

KAHNEMAN, Daniel. Thinking, fast and slow. Nova Iorque: Farrar, Straus and Giroux, 2011.

KRUGER, Justin; DUNNING, David. Unskilled and unaware of it: how difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments. *Journal of Personality and Social Psychology*, v. 77, n. 6, p. 1121-1134, 2000. Disponível em: <<https://doi.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0022-3514.77.6.1121>>. Acesso em: 8 jan. 2021.



LACLAU, Ernesto. Populism: What's in a Name? In: PANIZZA, Francisco (Ed). Populism and the Mirror of Democracy. Nova York: Verso, 2005.

MACHADO, Jônatas Eduardo Mendes. Liberdade de expressão: dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social. Coimbra: Coimbra, 2002.

MANIN, Bernard. The Principles of Representative Government. Cambridge University Press, 2002.

MCPHERSON, Miller; SMITH-LOVIN, Lynn; COOK, James Matthew. Birds of a feather: Homophily in social networks. Annual Review of Sociology, v. 27, n. 1, p. 415–444, 2001. Disponível em: <<https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.27.1.415>>. Acesso em: 17 jan. 2021.

MOUFFE, Chantal. Sobre o político. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2015.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristoval Rovira. Populism: A very short introduction. Oxford, UK: Oxford University Press, 2017.

MUÑOZ, Óscar Sanchez. La igualdad de oportunidades en las competiciones electorales. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 2008.

OAKESHOTT, Michael. The Politics of Faith and the Politics of Scepticism, edited and

introduced by Timothy Fuller, New Haven and London, 1996.

OEA. Convenção Americana Sobre Direitos Humanos. San José, 22 de novembro de 1969. Disponível em: <https://www.cidh.oas.org/basicos/portugues/c.convencao_americana.htm>. Acesso em: 16 jan. 2021.

ONOFRE, Renato. Parler: a "rede social da extrema-direita" usada para mobilizar a invasão ao congresso americano. **Epoca**. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/mundo/parler-rede-social-da-extrema-direita-usada-para-mobilizar-invasao-ao-congresso-americano-24827320>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

ONU. Declaração Universal dos Direitos Humanos. Assembleia Geral das Nações Unidas em Paris. 10 dez. 1948. Disponível em: <<http://www.dudh.org.br/wp-content/uploads/2014/12/dudh.pdf>>. Acesso em: 16 jan. 2021.

OXFORD DICTIONARIES. Word of the year 2016 is... Online, 6 de nov. de 2016.

Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 10 dez. 2020.

PECCININ, Luiz Eduardo; COPI, Lygia Maria. A Lei da Ficha Limpa entre o discurso da moralidade e os interesses dos congressistas: Uma análise da aprovação da Lei Complementar n. 135/2010 a partir da teoria da escolha racional. *Revista Justiça Eleitoral em Debate* - v. 9. n. 2. p. 60-69. 2019. Disponível em: <<https://abradep.org/wp-content/uploads/2020/10/revista-justica-eleitoral-em-debate-v9-n-2.pdf>>. Acesso em: 6 jan. 2020.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. *Galáxia* (São Paulo), n. 41, p. 31-47, 2019. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/39035>>. Acesso em: 17 jan. 2021.

REINA, Elena. Três grandes redes de TV dos EUA interrompem o discurso em que Trump blefava sobre fraude eleitoral. *El País*. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/internacional/2020-11-06/tres-grandes-redes-de-tv-dos-eua-interrompem-o-discurso-em-que-trump-blefava-sobre-fraude-eleitoral.html>>. Acesso em: 08 jan. 2021.

ROSANVALLON, Pierre. *Counter-democracy*. Cambridge University Press. 2008.

ROSANVALLON, Pierre. *Parlamento dos invisíveis*. São Paulo: Annablume, 2017.

RUPPENTHAL NETO, Willibaldo. *Os verdes e azuis na história secreta de Procópio*. *Revista Plêthos*. Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, p. 75-96, 2012. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/revistaplethos/nova/index.php?Edi%C3%A7%C3%B5es:Pl%C3%A7%C3%A7os%2C_2%2C_1%2C_2012>. Acesso em: 19 mai. 2020.

RYDGREN, Jens. Radical right-wing parties in Europe: What's populism got to do with it?. *Journal of Language and Politics*. 2017. Disponível em: <<https://benjamins.com/catalog/jlp.17024.ryd>>. Acesso em: 17 jan. 2021.

SANTAELLA, Lucia. *A Pós-Verdade é Verdadeira ou Falsa? (Interrogações)*. Organizado por Fabio Cypriano. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2018

SALGADO, Eneida Desiree; ARAÚJO, Eduardo Borges. Do Legislativo ao Judiciário – A Lei Complementar nº 135/2010 (“Lei da ficha limpa”), a busca pela moralização da vida pública e os direitos fundamentais. *Revista de Direito Administrativo e Constitucional – A&C*. Belo Horizonte, ano 13, n.54, out/dez. 2013.

SALGADO, Eneida Desiree. Princípios constitucionais estruturantes do direito eleitoral. 2010. 345 f. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Capitalism, Socialism and Democracy*. 3. ed. New York: Harper Colophon Books, 1950.

SHAH, Neil.; KUMAR, Srijan. False Information on Web and Social Media: A Survey. Arxiv, 2018. Disponível em: <<https://arxiv.org/abs/1804.08559>>. Acesso em 20 de nov 2020.

SOUZA NETO, Claudio Pereira. *Democracia em crise no Brasil: valores constitucionais, antagonismo político e dinâmica institucional*. São Paulo: Editora Contracorrente, 2020.

SPARKLE App: como funciona a rede social sem algoritmo? **Enotas**. Disponível em: <<https://enotas.com.br/blog/sparkle-app/>>. Acesso em 8 jan. 2021.

TWITTER suspende permanentemente conta de Donal Trump. **O Estado de São Paulo**. Disponível em: <<https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,twitter-suspende-permanentemente-conta-de-donald-trump,70003575403>>. Acesso em: 8 jan. 2021.

WARDLE, Claire. *Notícias falsas e pós-verdade: o mundo das fake news e da (des)informação*. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/noticias-falsas-pos-verdade/>>. Acesso em: 20 dez. 2020.