

FACULDADES EST
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TEOLOGIA
TIAGO SCHROEDER

**UMA ANÁLISE DO PROTAGONISMO DE *FAKE NEWS* EM ELEIÇÕES
NO BRASIL E NO MUNDO E SUA PRESENÇA NO CONTEXTO
RELIGIOSO BRASILEIRO**

São Leopoldo
2024

TIAGO SCHROEDER

**UMA ANÁLISE DO PROTAGONISMO DE *FAKE NEWS* EM ELEIÇÕES
NO BRASIL E NO MUNDO E SUA PRESENÇA NO CONTEXTO
RELIGIOSO BRASILEIRO**

Dissertação de Mestrado
Para obtenção do grau de
Mestre em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia.
Área de Concentração: Religião, Teologia e
Sociedade.

Docente Orientador: Prof. Dr. Iuri Andréas Reblin

São Leopoldo

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S381a Schroeder, Tiago

Uma análise do protagonismo de *fake news* em eleições no Brasil e no mundo e sua presença no contexto religioso brasileiro / Tiago Schroeder; orientador Iuri Andréas Reblin. – São Leopoldo : EST/PPG, 2024.
138 p. ; 31 cm

Dissertação (Mestrado) – Faculdades EST.
Programa de Pós-Graduação. Mestrado em Teologia.
São Leopoldo, 2024.

1. Religião – mídia digital. 2. Política – internet - Brasil. 3. Internet – fake news. 4. Política – eleições – Brasil. I. Reblin, Iuri Andréas, orientador. II. Título.

TIAGO SCHROEDER

**UMA ANÁLISE DO PROTAGONISMO DE FAKE NEWS EM ELEIÇÕES
NO BRASIL E NO MUNDO E SUA PRESENÇA NO CONTEXTO RELIGIOSO
BRASILEIRO**

Dissertação de Mestrado
Para a obtenção do grau de Mestre em Teologia
Faculdades EST
Programa de Pós-Graduação em Teologia
Área de Concentração: Religião, Teologias e
Sociedade

Data de Aprovação: 06 de agosto de 2024

PROF. DR. IURI ANDRÉAS REBLIN (PRESIDENTE)
Assinado digitalmente

PROF. DR. JÚLIO CÉZAR ADAM (EST)
Assinado digitalmente

PROF. DR. CHRISTIAN GONZATTI (UNISINOS)
Docente visitante

Assinado
digitalmente por:
Iuri Andréas Reblin
Data: 20/08/2024
20:17:25 -03:00



Assinado
digitalmente por:
Júlio César Adam
Data: 22/08/2024
16:27:11 -03:00



AGRADECIMENTOS

Agradeço profundamente à Deus e todas as suas manifestações em minha vida;

À minha esposa Eduarda, pelo amor incondicional, apoio constante e por ser minha companheira em todas as jornadas da vida;

À minha mãe Erna e ao meu pai Leopoldo, por me proporcionarem um lar seguro, acolhedor e cheio de amor, sempre incentivando e inspirando meu crescimento;

À minha irmã Tabita, pelo carinho, pela presença e pelo apoio em todos os momentos;

Aos meus amigos e amigas Taiana, Elton, Jéssica, Odilon, Samira, Felipe, pelo carinho, pelo diálogo constante, pela cumplicidade, risadas compartilhadas e experiências trocadas;

Ao meu orientador Iuri, pela orientação sábia, paciência e inspiração durante todo o percurso acadêmico;

À coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pelo suporte financeiro crucial que viabilizou meu mestrado;

À comunidade acadêmico da Faculdades EST, colegas, Docentes e corpo técnico-administrativo, pela partilha de conhecimento, experiências e amizades que enriqueceram minha jornada acadêmica;

Sem o apoio de vocês, nada disso seria possível. Muito obrigado!

RESUMO

Esta dissertação investiga o papel das *fake news* nas eleições brasileiras e seu impacto nas comunidades religiosas do país. A pesquisa examina como a desinformação se enraizou no contexto religioso brasileiro, especialmente após as eleições de 2018, explorando a relação entre lideranças religiosas e políticas na difusão de conteúdos falsos. Utilizando uma abordagem bibliográfica e documental, o estudo analisa diversas fontes e aplica um método sistemático para compreender as implicações sociais e políticas das *fake news*. Uma análise revela que a confiança dos fiéis nas lideranças religiosas facilita a propagação da desinformação, gerando divisões nas comunidades e alimentando uma polarização crescente. A dissertação sugere perspectivas teológicas para uma "teologia anti-*fake news*" e propõe medidas preventivas, como a alfabetização digital e a educação midiática, para fortalecer a resiliência contra a desinformação. As características destacam a necessidade de esforços coordenados entre igrejas, plataformas digitais e políticas para mitigar o impacto das notícias falsas, preservando a integridade da informação e fortalecendo a democracia.

Palavras-chave: *Fake news*. Polarizações político-religiosas. Confiança interpessoal. Teologia anti-*fake news*.

ABSTRACT

This dissertation investigates the role of *fake news* in the Brazilian elections and its impact on the country's religious communities. The research examines how disinformation has taken root in the Brazilian religious context, especially after the 2018 elections, exploring the relationship between religious and political leaders in the spread of false content. Using a bibliographical and documentary approach, the study analyzes various sources and applies a systematic method to understand the social and political implications of *fake news*. An analysis reveals that the faithful's trust in religious leaders facilitates the spread of disinformation, generating divisions in communities and fueling growing polarization. The dissertation suggests theological perspectives for an “anti-fakenews theology” and proposes preventive measures, such as digital literacy and media education, to strengthen resilience against disinformation. The features highlight the need for coordinated efforts between churches, digital platforms and politicians to mitigate the impact of fake news, preserving the integrity of information and strengthening democracy.

Keywords: *Fake news*. Political-religious polarizations; Interpersonal trust; Anti-fakenews theology.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	17
2.	DA ERA DIGITAL À ERA DA DESINFORMAÇÃO: ENFRENTANDO OS DESAFIOS DAS <i>FAKE NEWS</i>	21
2.1	DEFINIÇÃO E CONCEITO DO TERMO <i>FAKE NEWS</i>	22
2.1.1	O que é Verdade?	22
2.1.2	Origem e evolução do termo “ <i>fake news</i> ”	25
2.1.3	Tipos e formatos de notícias falsas	29
2.2	O ESCÂNDALO <i>CAMBRIDGE ANALYTICA</i>	32
2.2.1	Descrição do Caso <i>Cambridge Analytica</i> e seus antecedentes	33
2.2.2	A influência da <i>Cambridge Analytica</i> nas eleições dos EUA em 2016 e seus efeitos no Brasil em 2018.....	37
2.3	CONTEXTO POLÍTICO-ELEITORAL BRASILEIRO EM 2018	42
2.3.1	A ascensão do bolsonarismo no Brasil: Protestos, polarização e estratégias digitais	43
2.3.2	Mídias sociais, desconfiança na mídia tradicional e a propagação de desinformações na era digital: O caso das eleições brasileiras de 2018	47
2.4	CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	52
3.	ENTRE A FÉ E A DESINFORMAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DE <i>FAKE NEWS</i> EM COMUNIDADES RELIGIOSAS NA ERA DIGITAL.....	57

3.1	ENVOLVIMENTO POLÍTICO DAS IGREJAS E O POTENCIAL IMPACTO DE <i>FAKE NEWS</i>	59
3.1.1	O envolvimento político das Igrejas no Brasil.....	60
3.1.2	Evangélicos no cenário político.....	63
3.2	DISSEMINAÇÃO DE <i>FAKE NEWS</i> NO CONTEXTO RELIGIOSO BRASILEIRO	65
3.2.1	Presença de <i>fake news</i> em comunidades religiosas	66
3.2.2	Motivações por trás da disseminação de <i>fake news</i> em ambientes religiosos	72
3.2.3	Impacto de <i>fake news</i> nas comunidades religiosas	78
3.3	CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	83
4.	CONSEQUÊNCIAS E MECANISMOS DE COMBATE ÀS <i>FAKE NEWS</i> NOS CONTEXTOS POLÍTICO E RELIGIOSO NO BRASIL.....	87
4.1	ANÁLISE DE CONSEQUÊNCIAS DAS <i>FAKE NEWS</i> NO CONTEXTO POLÍTICO BRASILEIRO	87
4.1.1	Estratégias de manipulação informativa na grande mídia: ocultação, fragmentação, inversão e indução	88
4.1.2	A nova face da manipulação: Como <i>fake news</i> espelham estratégias midiáticas tradicionais.....	96
4.2	ANÁLISE DE CONSEQUÊNCIAS DE <i>FAKE NEWS</i> NO CONTEXTO RELIGIOSO BRASILEIRO	102

4.2.1 <i>Fake news</i> e religião no Brasil: manipulação, conflitos e implicações políticas	103
4.2.2 Casos notórios de desinformação religiosa	106
4.3 POTENCIAIS DANOS FUTUROS E MECANISMOS DE COMBATE ÀS <i>FAKE NEWS</i>	111
4.3.1 Estratégias governamentais e legislação	112
4.3.2 Combate às <i>fake news</i> : Experiências internacionais e desafios brasileiros.....	114
4.3.4 Combatendo <i>fake news</i> no Brasil: Propostas legislativas em debate ...	120
4.4 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS.....	122
CONCLUSÃO	125
REFERÊNCIAS.....	129

1. INTRODUÇÃO

As eleições presidenciais em 2016 nos Estados Unidos e em 2018 no Brasil trouxeram à tona o termo *fake news*, que rapidamente se tornou uma expressão amplamente conhecida e um elemento constante no cotidiano informativo, especialmente no Brasil. As *fake news*, ou notícias falsas, são definidas como informações fabricadas ou distorcidas com o objetivo de enganar e manipular o público. Esse fenômeno é sustentado por uma indústria digital complexa, que inclui desde a criação de conteúdos falsos até sua disseminação em massa através das redes sociais¹, frequentemente financiada por grupos com interesses políticos e econômicos específicos que buscam influenciar a opinião pública e os resultados eleitorais. Por outro lado, a sociedade em geral, incluindo indivíduos e instituições, são prejudicados, pois a desinformação mina a confiança nas fontes tradicionais de informação e compromete processos democráticos. As *fake news* se transformaram em uma ferramenta poderosa para influenciar opiniões e eleições ao manipular emoções e crenças, criando uma realidade paralela que favorece determinados candidatos ou ideologias.

A partir desse contexto, surgem perguntas críticas: o que é, como funciona e como combater a indústria de *fake news*? E, entre outros questionamentos, temos como problema central da pesquisa: como as *fake news* têm sido disseminadas no contexto brasileiro, especialmente após as eleições presidenciais de 2018, e qual é o seu impacto no contexto religioso do país? Guiados por esta problemática, faz-se necessário olhar para um combate eficaz, que exige uma abordagem multifacetada incluindo a promoção da alfabetização digital, o fortalecimento do pensamento crítico, a implementação de mecanismos rigorosos de verificação de fatos e a responsabilidade das plataformas digitais na moderação de conteúdos enganosos.

¹ Entende-se como redes sociais as estruturas formadas por pessoas ou organizações conectadas por relações sociais, como amizade, parentesco, interesses ou outros aspectos comuns. Essas conexões permitem o compartilhamento de informações e o estabelecimento de laços entre os membros da rede. Ao nos referirmos a redes sociais nesta pesquisa, nos referimos principalmente às relações através de mídias sociais, que englobam qualquer plataforma digital ou aplicativos, onde os usuários criam e distribuem conteúdo, incluindo textos, imagens e vídeos. E, isso se dá principalmente nos sites de redes sociais, que são as plataformas online que facilitam a criação, o compartilhamento e a interação entre os usuários de uma rede social. Os exemplos populares incluem Facebook; WhatsApp; YouTube; Instagram; TikTok; Facebook Messenger; X (antigo Twitter), entre outros que são amplamente utilizados para comunicação, entretenimento e divulgar (des)informação.

No Brasil, um país predominantemente cristão, o enraizamento das *fake news* no contexto religioso é especialmente intrigante. Esse fenômeno pode ser explicado pela confiança que fiéis depositam nas lideranças religiosas, que, quando politicamente engajadas, podem utilizar essa confiança para disseminar desinformação. As *fake news* no contexto religioso impactam profundamente as comunidades, gerando divisões e conflitos internos. Muitas vezes, os indivíduos que compartilham essas informações não têm plena consciência de sua falsidade, acreditando na veracidade do conteúdo devido à confiança nas fontes de onde provêm.

A associação entre lideranças religiosas e políticas é um fator significativo na disseminação de *fake news*. Lideranças religiosas que também atuam politicamente têm uma plataforma poderosa para influenciar seu público, muitas vezes utilizando a religião para legitimar e mobilizar apoio político. Porém isso também pode minar a confiança nas instituições religiosas quando os fiéis percebem a manipulação e desinformação. Para combater essa prática, as igrejas podem adotar uma postura ativa na promoção da verdade e na educação de fiéis sobre a importância da verificação das informações.

O problema central desta pesquisa é compreender como as *fake news* têm sido disseminadas no contexto brasileiro, especialmente após as eleições presidenciais de 2018, e qual foi seu impacto no contexto religioso do país. As hipóteses levantadas sugerem que a disseminação de *fake news* no âmbito religioso é influenciada pela associação entre lideranças políticas e religiosas, e que as *fake news*, como fenômeno moderno, são sustentadas por um mercado lucrativo e autossustentável, tornando-se difíceis de combater com verdades simples.

O objetivo geral deste estudo é investigar a disseminação e impacto das *fake news* no Brasil, com foco no período pós-eleições de 2018, e entender como esse fenômeno afeta o contexto religioso. Os objetivos específicos incluem a investigação da influência das *fake news* nos resultados eleitorais, a análise de sua presença e impacto no contexto religioso, e a discussão de possíveis ações da sociedade e das empresas midiáticas para combater a desinformação nos meios digitais.

Para enfrentar esses desafios, é crucial que governos, instituições e sociedade civil trabalhem em conjunto para promover a alfabetização digital, o pensamento crítico e a responsabilidade das plataformas digitais. A compreensão

profunda do fenômeno das *fake news* é essencial para preservar a integridade da informação e fortalecer a democracia. O caso *Cambridge Analytica* (a partir de agora CA) exemplificará os riscos associados à manipulação de dados e a necessidade regulamentações mais rígidas para proteger a privacidade dos cidadãos e cidadãs.

Além disso, a ascensão do bolsonarismo no Brasil ilustra como estratégias digitais avançadas podem ser usadas para mobilizar apoio e disseminar desinformação, criando um ambiente polarizado e impactando significativamente a política e a sociedade. A análise das estratégias utilizadas pelo bolsonarismo e outros movimentos similares é fundamental para entender o papel das redes sociais na política contemporânea.

Em suma, a luta contra as *fake news* no Brasil requer uma abordagem abrangente e colaborativa. Somente por meio de esforços conjuntos e conscientes, será possível mitigar os impactos negativos da desinformação e garantir um futuro mais seguro e justo. E, para investigar todas essas questões, a pesquisa será bibliográfica e documental, utilizando fontes primárias e secundárias, como livros, artigos, reportagens jornalísticas e documentos de posicionamentos políticos e religiosos, redigidos em português, alemão, inglês e demais idiomas, se necessário. Esse levantamento teórico será complementado pelo método analítico e sistemático, que permite a organização e análise das informações em diferentes etapas, que permitirá uma visão mais abrangente do que envolve a temática abordada.

2. DA ERA DIGITAL À ERA DA DESINFORMAÇÃO: ENFRENTANDO OS DESAFIOS DAS *FAKE NEWS*

Nos últimos anos, a disseminação de informações falsas e enganosas ganhou destaque no mundo todo. “A era das redes sociais começou com a promessa de liberdade e empoderamento de minorias, mas parece estar nos levando para as trevas da desinformação.”² As chamadas “*fake news*” vem exercendo um impacto profundo em muitos aspectos da vida cotidiana, desde política e negócios, até saúde pública e relacionamentos. Diante desse cenário, compreender e definir o fenômeno das *fake news* tornou-se um desafio significativo para o mundo acadêmico, profissionais de comunicação e autoridades governamentais.

Inicialmente, forneceremos um panorama histórico das *fake news*, destacando a origem e a evolução do termo na era digital. Em seguida, serão entendidas algumas das principais características das *fake news*, como tipos e formatos, intencionalidade da desinformação, o uso de técnicas persuasivas e a rápida viralização por meio das redes sociais.

Baseado nas definições construídas e compreensões a respeito do tema, faremos a identificação e análise de algumas *fake news* que tiveram certa repercussão no Brasil e que abordam, especificamente, temas como política, saúde, teorias da conspiração e informações não comprovadas a respeito de crises. Para tal investigação, é necessário perceber que cada categoria apresenta desafios, requisitos e ferramentas diferentes para superá-las. E ainda, é fundamental considerar nuances conceituais e contextuais além de reconhecer que o termo pode ser utilizado de forma arbitrária, parcial e politizada.

Enfatiza-se a importância de desenvolver abordagens críticas para lidar com a temática das *fake news* e promover a alfabetização e educação midiática. Considerando que estamos inseridos e inseridas em uma sociedade cada vez mais dependente das comunicações digitais, entender como a informação é gerada, distribuída e verificada é essencial!

² BARBOSA, Mariana. Isso a imprensa não mostra: apresentação. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 7-12, 2019. p. 7.

2.1 DEFINIÇÃO E CONCEITO DO TERMO *FAKE NEWS*

Esta etapa busca explorar as complexidades inerentes ao conceito de *fake news*. Nesta pesquisa, a partir de dados científicos, associações, movimentos sociais, matérias jornalísticas e mídias, apresentaremos diferentes perspectivas teóricas, definições e abordagens sobre o tema que nos últimos anos têm se mostrado amplo, multifacetado e de grande repercussão.

Nesta parte, buscar-se-á fornecer uma base sólida para a compreensão do fenômeno das *fake news*, considerando a definição, as características e as representações das notícias falsas, visto que, aprofundar os conhecimentos sobre este tema tão relevante irá auxiliar no enfrentamento de desafios impostos pela desinformação na sociedade contemporânea. Nesse sentido, faz-se necessário não apenas entender o que são as *fake news*, mas também o que seria o próprio conceito de verdade.

2.1.1 O que é Verdade?

Buscar uma definição simples do que é verdade em um primeiro momento pode parecer algo bem fácil. Muitas pessoas certamente diriam que verdade é aquilo que não é mentira ou aquilo que é real, verdadeiro. O próprio dicionário descreve verdade como aquilo “que está em conformidade com os fatos ou com a realidade”³. Porém, se seguirmos pelos caminhos da filosofia, veremos que uma definição de verdade pode ser mais complexa do que aparenta. Ainda o próprio dicionário define a verdade sob um olhar filosófico como:

Relação de semelhança, conformação, adaptação ou harmonia que se pode estabelecer, através de um ponto de vista ou de um discurso, entre aquilo que é subjetivo ao intelecto e aquilo que acontece numa realidade mais concreta.⁴

Na busca pela origem etimológica da palavra verdade, vemos que essa ideia foi construída ao longo dos séculos a partir de três concepções diferentes, vindas das línguas grega, latina e hebraica.⁵ O entendimento de verdade no grego, *aletheia* tem

³ VERDADE. In: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/verdade/>. Acesso em: 07 de mar. de 2022.

⁴ VERDADE, Acesso em: 07 de mar. de 2022.

⁵ CHAUI, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo, SP: Ática, 1994. p. 99.

o significado de não-oculto, não-escondido ou não-dissimulado.⁶ Assim também, a concepção de verdade sob a perspectiva grega entende que “o verdadeiro se opõe ao falso, *pseudos*, que é o encoberto, o escondido, o dissimulado, o que parece ser e não é como parece.”⁷ Com isso, algo verdadeiro está na essência das próprias coisas. Conhecimento da própria realidade está intrinsecamente ligado à verdade. Portanto, “a verdade depende de que a realidade se manifeste, enquanto a falsidade depende de que ela se esconda ou se dissimule em aparências.”⁸

Do latim, *veritas*, a concepção de verdade está muito mais ligada a uma referência precisa e exata de um relato onde os detalhes permanecem fiéis ao que de fato aconteceu. Assim, desta vertente, o conceito de verdade enfatiza a linguagem da narrativa de fatos acontecidos. Porém, para isso, também se faz necessária uma atenção especial no que engloba uma narrativa fiel de um fato, que é a dependência da memória e acuidade mental de quem está falando ao mesmo tempo que esta ação deve corresponder aos fatos acontecidos.⁹

Diferente da vertente grega, a ideia que vemos agora, da origem latina do conceito de verdade, entende que “a verdade não se refere às próprias coisas e aos próprios fatos, mas ao relato e ao enunciado, à linguagem.”¹⁰ Neste caso, o oposto não é o encoberto, o escondido, mas sim, a mentira ou a falsificação. “As coisas e os fatos não são reais ou imaginários; os relatos e enunciados sobre eles é que são verdadeiros ou falsos.”¹¹

Já no caso da concepção de verdade de origem hebraica, *emunah*, o significado é confiança.¹² Nesta concepção, não mais o discurso, narrativas ou os fatos são julgados como verdade ou não-verdade, mas as pessoas e Deus é quem são vistos como verdadeiros ou não. “Um Deus verdadeiro ou um amigo verdadeiro são aqueles que cumprem o que prometem, são fiéis à palavra dada ou a um pacto feito; enfim, não traem a confiança.”¹³

Com um pano de fundo sobre definições e origens do termo verdade, podemos entender que talvez não seja tão simples assim fazermos uso de uma definição

⁶ CHAUÍ, 1994, p. 99.

⁷ CHAUÍ, 1994, p. 99.

⁸ CHAUÍ, 1994, p. 99.

⁹ CHAUÍ, 1994, p. 99.

¹⁰ CHAUÍ, 1994, p. 99.

¹¹ CHAUÍ, 1994, p. 99.

¹² CHAUÍ, 1994, p. 99.

¹³ CHAUÍ, 1994, p. 99.

simples e crua quando nos referimos ao termo. E, ainda, ironicamente, buscar uma definição ou entendimento do que é de fato verdade ou a ausência dela, em uma sociedade globalizada, com tecnologias de informações bem desenvolvidas com jornais, rádios, televisões e, principalmente a internet, multiplica a dificuldade de distinguir o que é verdade e o que não é. Porém, como vimos, essa dificuldade já é discutida na filosofia muito antes de existirem tecnologias da informação globalizadas.

Portanto, cabe ainda, além de olharmos para a origem etimológica do termo, analisarmos as discussões e controvérsias na filosofia antiga para então, comparar características semelhantes na contemporaneidade. Mudanças que aconteceram na estrutura e organização das sociedades e da própria Filosofia ao longo da história, fizeram com que também a concepção de verdade mudasse.¹⁴ Dentre tais mudanças, um grupo que merece ser citado são os sofistas.

Os sofistas eram considerados mestres da retórica e da oratória e, acreditavam que a verdade era múltipla, relativa e mutável.¹⁵ O termo sofista originalmente significava “sábio”, mas, devido a controvérsias envolvendo filósofos renomados como Aristóteles, Platão e Sócrates, a sofística também acabou sendo definida como “a sabedoria (sapientia) aparente, mas não real.”¹⁶ Uma definição muito semelhante com a ideia contrária da concepção grega de verdade (pseudos) que vimos acima.

Os sofistas eram conhecidos por ensinar aos jovens, técnicas de persuasão, onde a ideia era defender uma posição ou opinião A e depois a posição ou opinião contrária, não-A, assim, em uma assembleia, estes jovens teriam bons argumentos tanto a favor quanto contra. Neste contexto é que o filósofo Sócrates se rebela contra os sofistas¹⁷ e fica evidente uma importante controvérsia apontando direções distintas para o conceito de verdade.

Segundo Sócrates, os sofistas não deveriam nem ser considerados filósofos, pois, defendiam qualquer ideia, não tinham amor pela sabedoria nem respeito pela verdade e ainda corrompiam o espírito dos jovens fazendo a mentira valer tanto

¹⁴ CHAUI, 1994, p. 106.

¹⁵ SANTOS, Wígván Junior Pereira dos. **Sofistas**. Mundo educação. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/filosofia/sofistas.htm#:~:text=Os%20sofistas%20eram%20considerados%20mestres,um%20dos%20mais%20importantes%20sofistas>. Acesso em: 04 jun. 2024.

¹⁶ SANTOS, acesso em: 04 jun. 2024.

¹⁷ CHAUI, 1994, p. 37.

quanto a verdade.¹⁸ Ou seja, contrariando os sofistas, a verdade não é uma questão de opinião ou persuasão. Assim também, a linguagem e a oratória não devem ser mais valorizadas do que a compreensão dos fatos em si.

Com isso hoje, em um contexto em que falsidades são nominados de “fatos alternativos”, como disse a conselheira de Trump, Kellyanne Conway,¹⁹ faz-se necessário caracterizar a origem, evolução, os tipos e formatos de *fake news*, para que não haja dúvidas sobre os discursos de *fake news versus* liberdade de expressão, ou *fake news versus* fatos alternativos.

2.1.2 Origem e evolução do termo “*fake news*”

Mentiras não são elementos novos que vieram com a era globalizada. Desde os primórdios é possível perceber que ela faz parte da realidade humana. “A mentira é tão antiga quanto a própria humanidade.”²⁰ Porém, com o advento da internet nas últimas décadas, foram criadas condições tecnológicas perfeitas para que mentiras mascaradas de notícias se propagassem de forma descontrolada. E, essa “nova forma” de mentira, nesta sociedade em rede, tem outro nome: *fake news*.

De forma simples e resumida, “pode-se dizer que *fake news* são notícias falsas publicadas como se fossem verdadeiras.”²¹ Normalmente, são a apresentação deliberada de afirmações enganosas, criadas ou alteradas intencionalmente e, mascaradas como notícias.²² São uma afirmação de um fato que simplesmente não aconteceu.²³

De forma literal, o termo em inglês significa *fake* (falsa/falso) e *news* (notícia), ou seja, notícia falsa ou notícias falsas. E, apesar do termo ter ficado muito mais em evidência na história recente, não só no contexto brasileiro, mas no mundo, a

¹⁸ CHAUI, 1994, p. 37.

¹⁹ CONWAY: Press. **Secretary Gave ‘Alternative Facts’**. NBC News, 22 jan. 2017. Disponível em: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643>. Acesso em: 26 jun. 2023.

²⁰ PRAZER, KARNAL - CANAL OFICIAL DE LEANDRO KARNAL. **As Fake news surgiram bem antes da internet** | Leandro Karnal Série 'Fake news' #1 |. 9 dez. 2019. 1 vídeo (19min 12s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ekmmvqWHTYA>. Acesso em: 21 jun. 2023

²¹ EBERT, Clarice. O espetáculo das *Fake news* de uma sociedade nutrida por aparências. In: KURZAWA, Kitty (org.). **Verdade ou mentira?: uma análise cristã do fenômeno das Fake news**. São Leopoldo, RS: Sinodal, p. 25-38, 2020. p. 33

²² GELFERT, Axel. **Fake news: A Definition**. *Informal Logic*, Berlin, Alemanha, v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018. p. 96.

²³ PINHEIRO, Joel. *Fake news* e o futuro da nossa civilização. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 87-96, 2019. p. 88.

expressão é mais antiga e data do século XIX. De acordo com a editora de dicionários estadunidense Merriam-Webster uma publicação feita pelo jornal americano *ImpartialObserver*, em 1807, utilizou o termo “*false news*” para marcar a disseminação de notícias falsas por um escritor.²⁴

Ainda no século XIX e início do XX, merece destaque uma das *fake news* mais bem-sucedidas da história, conhecida como “Os protocolos dos sábios de Sião”. Trata-se de um produto de desinformação, provavelmente oriunda da polícia czarista da Rússia, cujo conteúdo convenceu milhares de pessoas ao redor do globo, de que havia uma conspiração judaica para dominar a civilização.²⁵ Esse conteúdo falso, desencadeou ondas de antissemitismo pela Europa e difundiu preconceitos que levariam a perseguições genocidas, como se viu no Holocausto.²⁶

O contexto da Segunda Guerra Mundial é um bom exemplo para entendermos o quão prejudicial pode ser a disseminação em massa de desinformação. A famosa frase “uma mentira dita mil vezes se transforma em verdade” é atribuída ao ministro das Comunicações de Hitler, Joseph Goebbels.²⁷ Um de seus feitos, aconteceu em 1933, ano em que Adolf Hitler se tornou chanceler do país, quando Goebbels lançou o *Volksempfänger*, o “rádio do povo”, com a ideia de ser um rádio popular, vendido a um preço extremamente baixo, o equivalente a 20% do valor de um aparelho comum.²⁸ Entre os anos de 1933 e 1939, estima-se que tenham sido produzidos cerca de 7 milhões destes rádios, para uma população de 70 milhões, e, em 1941, segundo o historiador Eric Rentschler, 65% dos lares na Alemanha tinham um *Volksempfänger*.²⁹ Com uma rede de comunicação vasta e direta entre os nazistas e a população, o regime de Hitler utilizou uma variedade de técnicas de propagandas para propagar informações falsas e manipular a percepção do público. Como o governo detinha o monopólio das emissões de rádio por meio de Radiodifusão do

²⁴ PENA, Lara Pontes Juvêncio. *Fake news*: uma breve análise acerca de sua trajetória internacional, consequências políticas e perspectiva jurídica. **Revista Dizer**, Fortaleza – CE, v.3, n. 1, p. 136-150, 2018. p. 137.

²⁵ PINHEIRO, 2019, p. 89.

²⁶ BUCCI, Eugênio. *News não são fake – e Fake news não são news*. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 37-48, 2019. p. 41.

²⁷ SEGURADO, Rosemary. **Desinformação e democracia**: a guerra contra as *Fake news* na internet. São Paulo, Hedra, 2021. p. 74-75.

²⁸ MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre *Fake news* e violência digital. São Paulo, Companhia das Letras, 2020. p. 21.

²⁹ MELLO, 2020, p. 22.

Reich³⁰ era relativamente fácil o regime nazista persuadir a população. Para Theodor Adorno,

na Alemanha nazista, as pessoas não necessariamente se identificavam com a ideologia do regime, porém, em alguma medida, expressavam princípios conservadores e antidemocráticos que eram alimentados pelos governantes para manter a população em sintonia com esses valores.³¹

Assim como a estratégia nazista mostrou, lideranças autoritárias as vezes buscam investir sistematicamente no potencial antidemocrático, o que potencializa medos enraizados nas pessoas, tornando-as pré-dispostas a certas crenças e resistentes aos fundamentos básicos da democracia.³² Essa prática de desinformação como ferramenta de poder, está presente em diversas áreas da sociedade e há bastante tempo, em especial, no meio político. Mentiras, sempre foram consideradas ferramentas necessárias e justificáveis ao ofício do político ou do estadista.³³ Porém, de certa forma, a mentira como ferramenta em sistemas políticos tradicionais era limitada, visto que ela não implicava em uma autoilusão – os que a manipulavam, sabiam distinguir a verdade da mentira.³⁴ Desta forma, a ideia de manipulação de opinião pública no âmbito político a ser aprofundado nesta pesquisa, refere-se muito mais no contexto contemporâneo, onde, além das *fake news* serem consideradas notícias propositalmente falsas, são as intenções obscuras existentes na divulgação massiva de desinformação como forma de manipular as massas e suas opiniões públicas, que terão atenção.

Além do âmbito político, bastante cedo também é possível notar a prática da disseminação de notícias falsas no contexto religioso, como por exemplo, quando em 1522, o poeta Pietro Aretino, manipulou o conclave papal, ao exibir seus sonetos ao redor da estátua o Pasquino, em Roma.³⁵

Vem daí, a origem da palavra “Pasquim” para caracterizar um meio de comunicação que produz informações sensacionalistas. Aretino escrevia sonetos com informações falsas sobre todos os candidatos ao cargo de Papa, com exceção de Giulio de Médici, que era seu patrono. O objetivo era apoiar

³⁰ MELLO, 2020. p. 27.

³¹ ADORNO, 2019, *apud* SEGURADO, 2021, p. 50.

³² SEGURADO, 2021, p. 49.

³³ AREND, Hannah, **Entre o passado e o futuro**. São Paulo, Perspectiva, 2016. p. 282.

³⁴ AREND, 2016, p. 17.

³⁵ SANTANA, Gislane Pereira; SIMEÃO, Elmira Luiza Melo Soares. **Notícias falsas: origens, meios de disseminação, contextos e enfrentamento**. São Paulo, 2019. n.p.

a campanha de Médici com falsas informações que ajudariam a elegê-lo. A estratégia, porém, não funcionou.³⁶

Com isso, já no início do século XVI temos uma tentativa de produção de *fake news*. Ou seja, pessoas produzindo sistematicamente uma central de *fake news*, para atacar os candidatos rivais.³⁷ Neste contexto, e nos séculos seguintes, antes da era digital, onde muitas das informações chegavam ao público apenas através de jornais e panfletos, era muito difícil buscar uma fonte alternativa de informação e distinguir o que era de fato um fato e o que era ficção.³⁸ Em contraponto, a era digital poderia ser a chave para confrontar a desinformação e acessar facilmente fontes alternativas, porém, isto não foi totalmente contemplado.

Em algum momento antes da era digital, poderia se pensar que, quem sabe se as pessoas tivessem outras fontes de informação e pudessem elas mesmas buscar informações ou verificá-las, a manipulação da opinião pública que favoreceu o Holocausto, poderia ser evitada. E foi basicamente assim, que a era digital foi apresentada.

Na aurora da internet, ali entre o fim dos anos 1980 e o início dos anos 1990, os profetas da tecnologia vislumbravam uma era de harmonia entre os homens. A informação iria circular livremente e, assim, resolveria divergências – políticas, científicas, econômicas – com rapidez e sem deixar dúvidas. Já que todos teriam acesso à informação abundante, os erros seriam facilmente corrigidos. Cada nova descoberta seria rapidamente incorporada ao conhecimento geral. Todos tenderiam à moderação, com os radicalismos sendo logo eliminados por fatos e dados, e o espectro das opiniões no debate público ficaria reduzido aos diferentes matizes de um mesmo centro moderado. As teorias conspiratórias, a pseudociência, os engodos populistas, as religiões malucas seriam logo coisa do passado.³⁹

Certamente, essa idealização da nova tecnologia hoje está muito longe do que se imaginava há 30 anos. De fato, o acesso à informação se democratizou, porém, um caminhar progressivo rumo a um centro harmônico está longe de ser alcançado. Especificamente no contexto brasileiro, parece que nunca estivemos tão longe uns dos outros, umas das outras, como nos últimos anos. Devido a extrema polarização

³⁶ SANTANA, 2019, n.p.

³⁷ PRAZER, KARNAL, 2019, (19min 12s). Acesso em: 21 jun. 2023.

³⁸ PINHEIRO, 2019, p. 88.

³⁹ PINHEIRO, 2019, p. 87.

política, não só partidária, mas também ideológica, alimentado pelas *fake news*, muitas vezes nem se sabe exatamente quais ideias se está defendendo.⁴⁰

Com a internet, hoje temos algo como os novos pasquins. Não é mais preciso imprimir e pagar um grande gênio da literatura para fazer versos satíricos e anônimos. Basta ter um perfil falso ou verdadeiro, publicar aquilo que se deseja e começar a compartilhar.⁴¹ Nesta era da informação, que deveria ser de libertação, conhecimento e empoderamento, esses novos pasquins parecem ter nos levado para um mar de lama de *fake news*, onde distinguir o falso do verdadeiro parece estar mais difícil do que nunca.

2.1.3 Tipos e formatos de notícias falsas

Na era digital em constante evolução, a disseminação de informações falsas, conhecidas como *fake news*, tornaram-se uma preocupação crescente. Como acima citado, as *fake news* podem ser caracterizadas como notícias fraudulentas, enganosas ou fabricadas que são deliberadamente divulgadas com o objetivo de desinformar, manipular ou influenciar as opiniões do público. E, com a presença das redes sociais e a facilidade do compartilhamento de informações, essas histórias falsas podem ser observadas rapidamente causando diversos danos e prejuízos à sociedade.

Para tentar explicar o sucesso das *fake news*, especificamente na contemporaneidade, faz-se necessário apresentar alguns problemas paradigmáticos quanto a uma definição ou regulamentação do que é ou não uma *fake news* na atualidade.

Num caso paradigmático, é evidente que *fake news* podem significar uma notícia forjada de forma deliberada para enganar uma audiência e, dessa forma, gerar algum tipo de vantagem econômica ou política indevida. Contudo, há casos limítrofes de difícil enquadramento, com websites que veiculam informações parcialmente distorcidas, descontextualizadas, enviesadas ou dúbias. Por vezes os emissores também recorrem à criação de manchetes que não traduzem o conteúdo das matérias, mas que servem de isca para leitores desavisados. O importante, contudo, é destacar que o conceito de *fake news* se refere a veiculação de mensagem capaz de gerar algum tipo de fraude dentro do sistema de comunicação na qual ela opera. Nos dias de hoje, o sistema das redes sociais, com suas regras, impactos,

⁴⁰ FALCÃO, Guilherme. Como encontrar sentido de vida em meio as polarizações?. In: KURZAWA, Kitty (org.). **Verdade ou mentira?**: uma análise cristã do fenômeno das *Fake news*. São Leopoldo, RS: Sinodal, p.111-119, 2020. p. 111.

⁴¹ PRAZER, KARNAL, 2019, (19min 12s). Acesso em: 21 jun. 2023.

potencialidades e atores, é um ponto central na própria definição de *fake news*.⁴²

Para não nos confundirmos com questões interpretativas e fundamentalistas, é importante um adendo mais pontual às questões das *fake news*: como já citado acima, as redes sociais como o *Facebook*, o *WhatsApp* e o X (antigo *Twitter*) são um ponto central no que caracteriza a propagação de *fake news*. Através destes meios, notícias falsas mascaradas de material jornalístico, cuja fontes e autorias são desconhecidas, chegam ao público sem um filtro de realidade.⁴³ Esses conteúdos conseguem agir contra democracias, sistemas de saúde, mercado e ciências ao redor do mundo todo até que por fim, as notícias fraudulentas conseguem ser auto rentáveis, gerando lucro político e econômico.⁴⁴

Os tipos mais comuns de *fake news* incluem informações falsas projetadas como verdadeiras. Podem conter a manipulação de imagens e vídeos, histórias sensacionalistas, além de eventos e frases fora de contextos. Ainda, as *fake news* podem ser classificadas de acordo com os assuntos que abordam, como política, saúde, ciência, entretenimento, religião e outros.

Os formatos das *fake news* também são os mais diversos e adaptam-se às plataformas digitais. Elas podem aparecer na forma de artigos de notícias, postagens em redes sociais, vídeos manipulados, memes, correntes de e-mail e por meio de aplicativos de mensagens instantâneas.

Dessa forma, percebe-se que as *fake news* podem ser apresentadas em diferentes tipos e formatos, variando desde algo simples e infundado até narrativas complexas e convincentes. O Conselho Europeu, por exemplo, segmentou as *fake news* em diferentes tipos, essa classificação nos auxiliará a fazer o debate.⁴⁵ Os tipos são:

Mis-information ou informações enganosas são aquelas compartilhadas sem a intenção de causar algum tipo de dano a alguém; *desinformation* ou *disinformation* é quando se sabe que a informação é falsa e o compartilhamento ocorre com algum objetivo nos possíveis efeitos; e, por fim, a *má-informação* ou *mal-information* que são informações geradas em âmbito

⁴² MACEDO JR., Ronaldo Porto. Liberdade de expressão ou dever de falar a verdade?. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 79-86, 2019. p. 81.

⁴³ BUCCI, 2019, p. 41.

⁴⁴ BUCCI, 2019, p. 42.

⁴⁵ WISCH, Taiana Luisa. SCHROEDER, Tiago. Mulheres e *Fake news*: ataques pessoais e desvalorização além do conteúdo. In: SILVEIRA, Resiane Paula da. **Questões Contemporâneas em Religião**, v. 1, p. 41-54, 2024. p. 45-46.

privado, mas com caráter verdadeiro e quando compartilhadas publicamente podem causar dano individual ou coletivo.⁴⁶

Assim, as informações enganosas (*mis-information*), referem-se muito mais a conteúdos que são compartilhados de forma ingênua. Nesses casos, compreende-se que uma pessoa que compartilha uma informação pode não estar ciente de que ela é falsa ou enganosa. A informação pode ser disseminada devido à falta de verificação de fontes, interpretação incorreta de fatos ou simplesmente por negligência. Porém, embora não haja uma intenção maliciosa por trás da divulgação dessas informações, elas ainda podem causar danos.

Já na ideia de desinformação, adotada pelo Conselho Europeu, ao contrário do conceito anterior, existe o conhecimento prévio de que a informação é falsa e, mesmo assim, ela é compartilhada com o objetivo de alcançar certos efeitos desejados. A desinformação é vista como uma tática deliberada de manipulação da opinião pública ou até mesmo a desestabilização de certos grupos, instituições ou governos. A desinformação disseminada neste conceito de *disinformation* pode ser utilizada como uma forma de propaganda, criando divisões sociais ou minando a confiança nas autoridades ou nas mídias tradicionais. Neste sentido, a desinformação é uma prática maliciosa que busca enganar e manipular as pessoas deliberadamente.

Os pesquisadores Hunt Allcott, da universidade de Nova York e Matthew Gentzkow da universidade de Stanford vão definir o conceito amplo de *fake news* de forma semelhante à como aqui foi apresentado o conceito, mais específico, *disinformation*, dizendo que as *fake news* são “como artigos noticiosos que são intencional e comprovadamente falsos e suscetíveis de induzir os leitores em erro.”⁴⁷

Por fim, a ideia de *mal-information* refere-se a informações que são verdadeiras em sua origem, mas que, quando compartilhadas abertamente, podem causar danos individuais ou coletivos. Isso geralmente ocorre quando informações pessoais, processuais ou privadas são divulgadas sem consentimento ou com o objetivo de expor a privacidade de alguém. Embora essas informações sejam verdadeiras, sua disseminação pública pode ter consequências negativas, como difamação, violências, perseguições e violação de privacidade.

⁴⁶ WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Desordem da informação:** em direção a uma estrutura interdisciplinar para pesquisa e formulação de políticas. Estrasburgo: Conselho da Europa, 2017. p. 5.

⁴⁷ ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and *Fake news* in the 2016 election. **Journal of economic perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. p. 213.

Por esse motivo, podemos afirmar que na era digital, a propagação de *fake news* representa um desafio à sociedade contemporânea, desafio esse que é acentuado pelas redes sociais. A segmentação das fake news em *mis-information*, *disinformation* e *mal-information* ajuda a compreender suas nuances e os diferentes níveis de intenção e impacto. O combate eficaz a essa ameaça exige a conscientização do público, o fortalecimento da verificação de fatos e a implementação de políticas que promovam a integridade da informação, protegendo assim a democracia, a saúde pública e a confiança nas instituições.

2.2 O ESCÂNDALO CAMBRIDGE ANALYTICA

O escândalo da CA, que veio à tona em 2018, abalou profundamente a indústria da tecnologia e trouxe à luz preocupações sobre a privacidade dos dados e o uso indevido de informações pessoais. A CA era uma empresa de análise de dados sediada no Reino Unido, que se envolveu em práticas questionáveis de coleta de dados de milhões de usuários do Facebook, sem o consentimento explícito das pessoas.

A polêmica ganhou destaque após ser revelado que a CA tinha acesso ilimitado aos perfis de aproximadamente 50 milhões de usuários do Facebook,⁴⁸ por meio de um aplicativo chamado “*thisisyourdigitallife*”.⁴⁹ O aplicativo não apenas coletou informações dos usuários que o instalaram, mas também obteve acesso a dados de seus amigos na plataforma, sem o conhecimento ou consentimento dessas pessoas.⁵⁰

Esses dados coletados, posteriormente foram usados para criar perfis psicológicos detalhados para então segmentar anúncios políticos personalizados durante a campanha eleitoral dos EUA em 2016, bem como em outras campanhas políticas ao redor do mundo.⁵¹

⁴⁸ CADWALLADR, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The guardian**, v. 17, n. 1, p. 22-28, 2018. p. 22

⁴⁹ KAISER, Brittany. **Manipulados:** como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque. Tradução de Roberta Clapp, Bruno Fiuza. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2020. p. 150.

⁵⁰ KAISER, 2020, p. 149.

⁵¹ KAISER, 2020, p. 28-29.

Essas ações desta empresa levantaram questões sobre a proteção dos dados pessoais dos usuários, a ética do uso de informações para fins políticos e a necessidade de uma regulamentação mais rigorosa no setor de tecnologia. Além disso, destacou a importância da conscientização sobre a privacidade dos dados e o consentimento para compartilhar informações online. Como resultado, diversas medidas foram adotadas posteriormente para fortalecer as políticas de privacidade e proteção de dados em várias plataformas e países ao redor do mundo.

2.2.1 Descrição do Caso Cambridge Analytica e seus antecedentes

A história da CA é marcada por controvérsias e escândalos relacionados à manipulação de dados e influência política. A empresa foi fundada em 2013 e, desde então, atuou em aproximadamente 40 campanhas eleitorais em diversos países. A CA, era associada à *Strategic Communications Laboratories* (SCL Group) e atuava como uma consultoria de análise de dados, com o objetivo de fornecer estratégias de comunicação eficazes para campanhas políticas.⁵²

O primeiro passo para entendermos a importância do caso da CA na discussão sobre *fake news*, é a coleta de dados. A CA buscava obter dados de várias fontes. Estava sempre coletando e atualizando o seu banco, mantendo-se completamente em dia a respeito daquilo com que as pessoas se importavam o tempo inteiro.⁵³ A empresa comprava dados de outras empresas, como a *Experian*, empresa norte americana especializada em análise e informações para decisões de crédito, e também de gigantescos compiladores de dados de pessoas, como a *Acxiom* e a *Infogroup*.⁵⁴ Além disso, cada vez que as pessoas clicavam em “sim” e aceitavam os “cookies” eletrônicos, ou em “concordar com termos de serviço” em qualquer site, completavam o conjunto de dados da CA, mesmo que não soubessem disso.⁵⁵

Muitas das informações que compõem estes dados, são fruto das pegadas digitais, ou seja, dados de compras, cartão de fidelidade, associações e clubes, igrejas, livros, revistas, entre tantas outras informações pessoais guardadas na rede.⁵⁶ Além disso, a própria CA conduzia testes comportamentais para refinar ainda mais

⁵² SEGURADO, 2021, p. 55.

⁵³ KAISER, 2020, p. 83.

⁵⁴ MELLO, 2020, p. 139.

⁵⁵ SEGURADO, 2021, p. 55.

⁵⁶ SEGURADO, 2021, p. 56.

seus perfis psicográficos e entender as melhores formas de influenciar o comportamento das pessoas. Isso acontecia das formas mais variadas, como por exemplo, a simples pesquisa chamado “*Musical Walrus*”, onde uma pequena morsa de desenho animado fazia ao usuário algumas perguntas, aparentemente inofensivas para Identificar a sua “verdadeira identidade musical”, mas que na realidade era outra forma de reunir pontos de dados e informações sobre a personalidade daquela pessoa.⁵⁷ Assim, e através de tantas outras “pesquisas” que aconteciam na plataforma *Facebook*, era possível coletar pontos de dados das respostas que as pessoas davam sobre si mesmas, e pior, não somente eram coletadas informações sobre as pessoas que respondiam a estes questionários, como também o grupo de pessoas que compunham os “amigos” no *Facebook* tinham seus dados coletados.⁵⁸

Quando as pessoas se cadastravam para jogar jogos como o *Candy Crush*, no *Facebook*, e concordavam com os termos de serviço desse aplicativo, desenvolvido por terceiros, elas assentiam em fornecer seus dados e os dados de todos os seus amigos de graça aos desenvolvedores do aplicativo e, inadvertidamente, a todos com quem esse desenvolvedor decidisse compartilhar as informações. O *Facebook* autorizava esse acesso por meio do que ficou conhecido como “*Frieds API*”, um portal de dados agora famoso que violava as leis de proteção de dados no mundo inteiro, uma vez que não há qualquer legislação, seja nos Estados Unidos, seja em qualquer outro país, que considere legal alguém consentir em nome de outras pessoas adultas e que possam responder por seus atos. Como se pode imaginar, o uso do *Friends API* se tornou prolífero, totalizando um excelente rendimento para o *Facebook*. E permitiu que mais de 40 mil desenvolvedores, incluindo a *Cambridge Analytica*, aproveitassem essa brecha e coletassem dados de usuários desavisados do *Facebook*.⁵⁹

Com base nesses dados coletados, a CA então, desenvolvia perfis psicográficos detalhados dos usuários e das usuárias.⁶⁰ Esses perfis, por sua vez, categorizavam as pessoas com base em suas características psicológicas, comportamentais, interesses e inclinações políticas. Isso permitia uma segmentação altamente personalizada e direcionada para a criação de mensagens persuasivas. A CA utilizou o tipo de pontuação chamado OCEAN para definir de que maneira a personalidade da pessoa era construída.⁶¹

Ao realizar testes de personalidade e combinar pontos de dados, a CA descobriu que era possível determinar em que grau um indivíduo era “aberto a novas experiências” (O, de “openness”), “metódico” (C, de

⁵⁷ KAISER, 2020, p. 82.

⁵⁸ KAISER, 2020, p. 82.

⁵⁹ KAISER, 2020, p. 82-83.

⁶⁰ KAISER, 2020, p. 304.

⁶¹ KAISER, 2020, p. 87.

“conscientiousness”), “extrovertido” (E, de “extraversion”), “empático” (A, de “agreeableness”) ou “neurótico” (N, de “neuroticism”). Uma vez que a CA tivesse modelos desses vários tipos de personalidade, seria possível dar um passo além e associar um determinado indivíduo a outros cujas informações já fizessem parte do banco de dados confidenciais e, a partir disso, alocar as pessoas em grupos. Foi assim que a CA foi capaz de apontar quem, dentre milhões e milhões de pessoas cujos dados a empresa detinha, era majoritariamente O, C, E, A, ou N, ou ainda uma combinação dessas características.⁶²

Através deste método era possível saber se as pessoas eram impulsivas ou tranquilas, extrovertidas ou tímidas, controladas ou explosivas, e assim por diante. Ter em mãos os dados de milhares de pessoas e conseguir traçar seus perfis foi a porta de entrada para o surgimento e a aplicação de técnicas de modulação de mensagens para influenciar massas, como aconteceu no plebiscito da Inglaterra (Brexit) e na campanha eleitoral estadunidense em 2016.⁶³

Essas técnicas de modulação de mensagens, são chamadas de *microtargeting*⁶⁴ (micro direcionamento). Com base nos perfis psicográficos e nos testes comportamentais, a CA desenvolveu estratégias de micro direcionamento de mensagens.⁶⁵ Isso envolveu a criação de anúncios e conteúdos altamente personalizados, projetados para influenciar as atitudes e comportamentos específicos de grupos de pessoas com características semelhantes. Um dos tantos exemplos práticos de como era a estratégia da CA segue no resumo do trabalho feito para o então senador norte americano Ted Cruz:

Nossos cientistas de dados analisaram a base de eleitores em Iowa e na Carolina do Sul, os estados mais importantes do início das primárias. Em Iowa, identificaram um grupo de 82.184 eleitores que eram persuasíveis e, na Carolina do Sul, 360.409. Entre esses eleitores persuasíveis, a equipe encontrou quatro tipos distintos de personalidades em cada um. Em Iowa, havia “estoicos”, “cuidadores”, “tradicionalistas” e “impulsivos”. Os estoicos representavam 17% do total de eleitores-alvo e compreendiam 80% de homens brancos entre idades de 41 e 46 anos. Os cuidadores representavam 40% do total de persuasíveis e eram quase todas mulheres entre as idades de 45 e 74 anos. Os tradicionalistas representavam 36% do total e eram quase todos homens entre as idades de 48 e 60 anos. E o grupo restante, os impulsivos, era formado aproximadamente por 60% homens e 40% mulheres, quase sempre brancos e com idades entre 18 e 32 anos. Na Carolina do Sul, os grupos eram praticamente os mesmos, exceto que, em vez de impulsivos, a equipe encontrou um grupo que eles rotularam de “individualistas”. Para determinar quais questões mais preocupavam esses grupos, os cientistas de dados da Cambridge usaram modelos preditivos com mais de quatrocentos pontos demográficos e comerciais e depois segmentaram ainda

⁶² KAISER, 2020, p. 87-88.

⁶³ SEGURADO, 2021, p. 61.

⁶⁴ WARDLE, DERA KHSHAN, 2017, p. 4

⁶⁵ KAISER, 2020, p. 90.

mais os membros de cada um para entender quais eram suas necessidades individuais em termos de “mobilização”, “persuasão” ou “apoio”. “Mobilização” significava levar as pessoas a interagir com a campanha, a trabalhar como voluntárias ou a participar de um comício. Mesmo algo tão simples como compartilhar conteúdo nas mídias sociais funcionaria. “Persuasão” significava convencer o eleitor sobre o poder de atração do candidato e de suas políticas, para realmente conquistá-lo. “Apoio” significava levar as pessoas a fazerem doações ou se envolverem ainda mais. Depois de termos os grupos de audiências, planejamos o *messaging*. As mensagens foram adaptadas para cada eleitor e suas necessidades.

Um estoico que se preocupasse com segurança nacional, imigração e valores morais tradicionais receberia mensagens que usavam palavras como *tradição, valores, passado, ação e resultados*. A mensagem seria simplista e patriótica; se apegaria aos fatos e se utilizaria de imagens nostálgicas, como a famosa foto do grupo de fuzileiros navais plantando a bandeira norte-americana no topo do monte Suribachi, em Iwo Jima.

A mensagem de um cuidador era muito diferente. Ela enfatizava a família, usava palavras como *comunidade, honestidade e sociedade*, e tinha um tom afetuosos. Anúncios focados na família seriam bastante eficientes. Uma das mensagens sobre porte de armas era “Segunda Emenda. A apólice de seguro de sua família”. Um anúncio sobre imigração seria um pouco mais pesado e baseado no medo: “Não podemos colocar nossas famílias em risco. Proteja as nossas fronteiras”.

O individualista de Iowa responderia melhor a outros tipos de *messaging*. As mensagens de um individualista conteriam as palavras (ou evocariam os sentimentos de) *resolução e proteção*: “Os Estados Unidos são a única superpotência do mundo. É hora de agirmos como tal.”.⁶⁶

Com base nessas informações, fica evidente que a análise dos cientistas de dados sobre candidatos e candidatas em Iowa e na Carolina do Sul teve um impacto significativo na estratégia de campanha política.⁶⁷ Ao identificar grupos de candidatos e candidatas persuasíveis e entender suas características demográficas e necessidades individuais, uma equipe foi capaz de adaptar as mensagens de acordo com os perfis de cada grupo. Isso foi possível, entre outros aspectos, graças a equipe de cientistas de dados mais brilhantes do mundo, contratados pela CA, que eram capazes de esquadriar indivíduos por meio de qualquer aparelho, celular, computador, tablet, televisão e outros.⁶⁸ A CA conseguia assim, pinçar indivíduos e fazer com que pensassem, votassem e agissem de maneira diferente da que fariam normalmente.⁶⁹

Portanto, o caso da CA e o papel crucial que desempenhou na manipulação de dados e influência política ao desenvolver perfis detalhados e utilizar técnicas de

⁶⁶ KAISER, 2020, p. 174-175.

⁶⁷ DAVIES, Harry. **Ted Cruz Campaign using firm that harvested data on millions of unwitting Facebook users**. The guardian, 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2015/dec/11/senator-ted-cruz-president-campaign-facebook-user-data>. Acesso em: 3 jul. 2023.

⁶⁸ KAISER, 2020, p. 20.

⁶⁹ KAISER, 2020, p. 21.

microtargeting para criar mensagens persuasivas altamente personalizadas exemplifica a complexidade e os desafios éticos envolvidos no uso de dados pessoais para fins políticos, destacando a necessidade urgente de regulamentação e proteção da privacidade na era digital. A capacidade da CA de influenciar o pensamento e o comportamento das pessoas ilustra o poder e os perigos das técnicas avançadas de análise de dados e publicidade personalizada, sublinhando a importância de um debate contínuo sobre os limites e responsabilidades da manipulação de dados na sociedade contemporânea.

2.2.2 A influência da *Cambridge Analytica* nas eleições dos EUA em 2016 e seus efeitos no Brasil em 2018

O ano de 2016 pode ser considerado um divisor de águas nas campanhas políticas.⁷⁰ Não somente pela eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, mas também devido ao plebiscito sobre a saída do Reino Unido da União Europeia, o *Brexit*, e, ambos os processos têm em comum a empresa responsável pela estratégica forma inovadora de campanha para conquistar eleitores e eleitoras.⁷¹

A CA inicialmente trabalhou na campanha presidencial do senador republicano Ted Cruz. A empresa foi contratada para fornecer serviços de análise de dados e segmentação de clientes, com o objetivo de identificar grupos específicos e direcionar mensagens personalizadas para influenciar seu comportamento.⁷²

Apesar da CA ter feito um trabalho notável na campanha de Cruz, a longo prazo foi difícil amparar o senador. A sua falta de popularidade acabou pesando bastante, a ponto de os métodos utilizados pela CA não serem o suficiente para mudar o comportamento dos eleitores e das eleitoras.⁷³ Como os assessores e as assessoras de Cruz também haviam concordado em assinar um contrato sem uma cláusula de não concorrência, isso possibilitou à CA trabalhar para outros candidatos republicanos, como Donald Trump, por exemplo.⁷⁴ Curiosamente, o próprio Trump induziu um estigma de “*lyin Ted*”, algo como “Ted Mentiroso”, o que foi um dos motivos que fez com que ele desistisse da candidatura na reta final. Mesmo com essa

⁷⁰ SEGURADO, 2021, p. 55

⁷¹ SEGURADO, 2021, p. 55.

⁷² DAVIES, 2015, acesso em: 3 jul. 2023.

⁷³ KAISER, 2020, p. 185.

⁷⁴ KAISER, 2020, p. 73.

desistência de Cruz, o papel da CA nesta campanha foi considerado um triunfo, ficando reconhecido em outros lugares do mundo causando admiração com o uso da ciência de dados na política.⁷⁵

O envolvimento direto da CA na campanha eleitoral de Donald Trump em 2016 ainda é objeto de debate e controvérsia. As informações sobre a sua participação exata ainda são limitadas, e as descrições variam dependendo das fontes e dos relatos consultados. Porém, os fatos são que os esforços da CA na corrida presidencial dos EUA em 2016 mudaram de Ted Cruz para Donald Trump após a suspensão da campanha de Cruz em maio de 2016.⁷⁶ Além disso, é notável que muitos aspectos presentes durante a campanha de Trump, já constavam no histórico da CA de outras campanhas com resultados expressivos.

O sucesso de Trump antes da participação efetiva da equipe de cientistas da CA parece ser difícil de entender em um primeiro momento, pois, ainda hoje o sucesso do ex-presidente é considerável e isso faz questionar se de fato a empresa CA teve participação ativa nesse projeto. Porém, de acordo com Kaiser, quando a equipe CA chegou para trabalhar na campanha de Trump, a campanha não possuía próprios modelos de eleitores e eleitoras, nem aparatos de marketing ou de arrecadações de fundos, apenas algumas poucas pessoas, coletando informações, cada um fazendo as coisas do seu próprio jeito, sem foco e sem objetivos.⁷⁷ A equipe CA desenvolveu estratégias para mapear prováveis pessoas eleitoras, valores que poderiam atrair novas pessoas eleitoras e identificar as pessoas que seriam foco do discurso que seria amplamente disseminado. Bem antes do anúncio oficial da candidatura de Trump, já se via quais seriam os principais ingredientes do “trumpismo”.

Em primeiro lugar, o sinal de fumaça convocando a base do eleitorado tradicional, branco, impregnado de preconceitos e de racismo, que experimentou a eleição de Obama como uma aberração. Ao colocar em questão as origens do presidente, sob o véu sutil do argumento legal, Trump contesta, na realidade, a legitimidade que tem um negro para ocupar a casa Branca. Ao mesmo tempo, dá uma piscada de olho ao eleitorado branco, rural e das periferias urbanas, marginalizado no seio do sistema político americano. O segundo elemento da polêmica em torno da certidão de nascimento é a teoria da conspiração: por trás da eleição de Obama, estaria um grande complô reunindo poderes mais ou menos ocultos das elites globais, capazes de falsificar a realidade para realizar seus próprios objetivos contra os interesses do bom povo americano. Por último, desde a origem, as *fake news* constituem o terceiro ingrediente. O suposto nascimento de

⁷⁵ KAISER, 2020, p. 185.

⁷⁶ KAISER. 2020, p. 188.

⁷⁷ KAISER, 2020, p. 190.

Obama fora do território dos EUA, é evidentemente, uma mentira. O próprio Trump irá admitir o embuste alguns anos depois, sem nenhum constrangimento. Mas o fato de que a trajetória política de Donald se sustente, desde o início, sobre uma *fake news* não constitui, de forma alguma, um ponto fraco. Ao contrário, de modo espantoso, será uma das grandes forças de sua candidatura.⁷⁸

Este fato seria o prenúncio da era da pós-verdade que viria a seguir.⁷⁹ Trump seria visto por milhares de eleitores como uma pessoa franca, não mentirosa, uma pessoa que fala grosso, não uma pessoa grossa, alguém que tem coragem de se insurgir contra o politicamente correto e não desrespeitoso.⁸⁰ Neste cenário improvável e já favorável a Trump é que entra em ação toda a ciência da CA. Mesmo encontrando uma equipe de campanha eleitoral desorganizada e sem uma base de dados útil, a CA conseguiu ainda em tempo organizar a campanha de Trump em três programas-chave. O primeiro momento concentrou-se em criar listas e pedir doações. O segundo programa, focou na persuasão, ou seja, descobrir quais eram os eleitores indecisos e as eleitoras indecisas, convencê-los e convencê-las a gostar de Trump em alguma medida. E o terceiro programa, estaria focado em conseguir converter os votos, e englobava desde o recenseamento eleitoral, até conseguir que prováveis eleitores e eleitoras de Trump fossem às urnas, tanto na votação antecipada quanto no dia das eleições em si.⁸¹ Além disso, também foi adotada a estratégia de utilizar o estudo do comportamento eleitoral para disseminar vídeos que atingissem a reputação da adversária de Trump, a democrata Hillary Clinton.⁸² Pela primeira vez em muito tempo, a vulgaridade e os insultos pareciam não mais serem tabus, os preconceitos, a discriminação e o racismo são normalizados, assim como as mentiras

⁷⁸ DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**: como as *Fake news*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. Vestígio Editora, 2019. p. 94.

⁷⁹ Pós-verdade é um adjetivo que se refere ao fato de que, em algumas situações, fatos objetivos e comprovados são considerados menos importantes ou influentes que opiniões baseadas em apelos emocionais e as crenças pessoais. Ainda, uma informação pós-verdadeira tende a ser compartilhada e amplamente divulgada porque a partir dela, a pessoa tenta fazer sua opinião superior às outras, mesmo que infundada Cientificamente. O termo foi usado pela primeira vez em 1992 em um ensaio do escritor e dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich, mas o termo ganhou repercussão mundial quando, em 2016, foi escolhida pela Oxford como 'Palavra do ano'. Para mais informações, SEIXAS, Rodrigo. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **Revista Eletrônica De Estudos Integrados Em Discurso E Argumentação**, n. 18, p. 122-138, 2019. p. 130.

⁸⁰ MELLO, 2020, p. 162.

⁸¹ KAISER, 2020, p. 190.

⁸² SEGURADO, 2021, p. 57.

e o conspiracionismo se tornaram uma espécie de chave de interpretação da realidade.⁸³

Como já havia acontecido durante as primárias, com Ted Cruz, a campanha eleitoral de Trump conseguiu explorar de forma magistral as possibilidades de usar os dados das pessoas para segmentar mensagens. Ao comparar as campanhas de Trump e de Clinton, é possível notar a diferença gritante nas variações de mensagens no *Facebook*: enquanto a equipe de Trump testou cerca de 5,9 milhões de mensagens diferentes, a campanha de Clinton tinha meras 66 mil mensagens/anúncios diferentes na plataforma.⁸⁴ Este fato corrobora com a afirmativa de D’Ancona de que as mídias sociais desempenham um papel crucial na era da pós-verdade, permitindo a disseminação rápida e ampla de informações, muitas vezes sem a verificação adequada dos fatos. O autor argumenta que as plataformas de mídia social são projetadas para maximizar o engajamento, muitas vezes promovendo conteúdo sensacionalista e emocionalmente carregado, o que pode distorcer a percepção pública dos fatos.⁸⁵

Mesmo que não podendo ser afirmado que Trump ganhou as eleições graças ao trabalho da CA, não há como negar a significativa influência positiva. O primeiro programa posto em prática pela CA, que foi buscar recursos financeiros para a campanha, logo surgiu efeitos. No primeiro mês, a campanha arrecadou 24 milhões de dólares, o que se repetiu nos meses seguintes, até o dia das eleições.⁸⁶ A equipe da CA também foi capaz de segmentar e identificar os problemas específicos de cada estado, município, bairro e até mesmo de cada indivíduo em seu banco de dados. Essas informações foram utilizadas para auxiliar no planejamento das viagens de Trump e determinar o foco dos comícios e definir que tipo de mensagem deveria ser utilizada. Além disso, a CA desenvolveu mapas de calor, uma ferramenta que mostrava concentrações de grupos específicos de público-alvo.⁸⁷

A grande problemática do envolvimento da CA na campanha eleitoral norte-americana em 2016, talvez não seja especificamente o micro direcionamento de mensagens altamente personalizadas, ou o uso indevido da dados pessoais, mas sim,

⁸³ DA EMPOLI, 2019, p. 89.

⁸⁴ MELLO, 2020, p. 139-140.

⁸⁵ D’ANCONA, Matthew. **Pós verdade:** a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Tradução de Carlos Szlak. 1ª ed. Barueri: Faro Editorial, 2018. p. 42-45.

⁸⁶ KAISER, 2020, p. 218.

⁸⁷ KAISER, 2020, p. 219.

a forma que este conjunto de ferramentas foi utilizado. A batalha nesta eleição não foi apenas contra Hillary como adversária, mas contra o povo estadunidense. Uma campanha de propagação do medo acabou tornando-se parte do manual.⁸⁸ A estratégia de propagar o medo através de *fake news* agravou ainda mais a já polarizada sociedade. Através das telas de celulares e *laptops*, notícias falsas acabaram deixando pessoas surdas, cegas e burras para a realidade, dispostas a matar uns aos outros, umas às outras por causas que nem mesmo eram reais.⁸⁹

Nesse contexto, questionar, ou fazer campanha contra Trump, significou “ser arremessado num pátio de escola, onde o valentão da classe é semianalfabeto, mas também – sabe se lá como – incrivelmente eficaz na arte de ridicularizar a professora e os intelectuais de óculos.”⁹⁰ Através de uma linguagem bruta e provocativa, utilizando discursos improvisados e *tweets*, além de piadas ofensivas e atitudes exageradas, Trump expressou uma identificação que o diferenciou dos políticos profissionais.⁹¹ Enquanto o mundo parecia olhar com indiferença para as pessoas em carreiras políticas “normais”, não só a de Trump, mas também de outras pessoas identificadas com políticas populistas que utilizaram a desinformação para disputar a opinião pública, corroendo os pilares básicos de uma sociedade democrática, essas pessoas ganharam destaque nos últimos anos e, além disso, acabaram chegando ao poder, como também aconteceu no Brasil.

No Brasil, a empresa CA-Ponte, parceira da CA, também teve atuação importante. De acordo com informações reveladas pela própria empresa, a CA-Ponte esteve envolvida na campanha brasileira de sessenta candidatos ao governo de estado além de cinco candidatos à presidência.⁹² E, de modo semelhante como nos EUA, sua atuação envolveu uma análise comportamental-psicológica que permite identificar qual anúncio específico poderia ter mais facilidade para conquistar votos de determinado grupo.⁹³

⁸⁸ KAISER, 2020, p. 226.

⁸⁹ KAISER, 2020, p. 342.

⁹⁰ DA EMPOLI, 2019, p. 111.

⁹¹ DA EMPOLI, 2019, p. 114.

⁹² ALVES, Marco Antônio Sousa; MACIEL, Emanuella Ribeiro Halfeld. **O fenômeno das Fake news: definição, combate e contexto.** Internet & sociedade, 2020. p. 156.

⁹³ ALVES; MACIEL. 2020, p. 156.

2.3 CONTEXTO POLÍTICO-ELEITORAL BRASILEIRO EM 2018

A ascensão do bolsonarismo no Brasil tem sido objeto de análise e estudo, abrangendo diversos aspectos históricos contemporâneos que moldaram o cenário político do país e da América Latina, como Colômbia, Argentina e Peru. No Brasil, a partir dos protestos de 2013 que resultaram no impeachment da então presidenta Dilma Rousseff em 2016 e da insatisfação com a política brasileira, o palco foi preparado para diversos retrocessos sociais e a entrada de novos atores políticos, incluindo a extrema direita conservadora.

Elementos fundamentais na trajetória do bolsonarismo foi a habilidade de utilizar estratégias digitais avançadas, como a construção de uma forte presença nas redes sociais, especialmente no *WhatsApp* e no *Facebook*. A comunicação direta com a base de apoio, a disseminação de mensagens e a criação de bolhas de informação foram aspectos centrais para consolidar a influência do movimento. O uso de algoritmos para direcionar conteúdos específicos e personalizados também desempenhou um papel crucial para atrair e mobilizar o público-alvo de forma eficaz. Ainda, a utilização de ênfases vinculadas à valores e crenças, como a religião, a família tradicional brasileira, o anticomunismo, antigênero, além de políticas neoliberais que nega direitos humanos básicos para grupos sociais como mulheres, indígenas, comunidade LGBTQIAPN+ entre outros.⁹⁴

A análise das estratégias utilizadas pela extrema direita, com paralelos entre as campanhas de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016 e de Jair Bolsonaro no Brasil em 2018, demonstra como essas táticas foram capazes de impactar a disseminação de informações, ideias e discursos políticos. A compreensão desses fenômenos é essencial para uma análise abrangente da ascensão do bolsonarismo e de movimentos políticos semelhantes em todo o mundo, destacando a importância de considerar o contexto das mudanças no consumo de informação na era digital.

⁹⁴ CUNHA, Magali do Nascimento. **Fundamentalismos, crise da democracia e ameaça aos direitos humanos na América do Sul: tendências e desafios para a ação**. Salvador/ Bahia: Koinonia Presença Ecumênica e Serviço, 2020. p. 8-9.

2.3.1 A ascensão do bolsonarismo no Brasil: Protestos, polarização e estratégias digitais

Para compreendermos melhor a ascensão do bolsonarismo no Brasil, precisamos recuperar alguns aspectos históricos, que antecederam a eleição de Jair Messias Bolsonaro em 2018. Partindo do ano de 2013, alguns protestos levaram milhares de manifestantes às ruas com pautas principalmente sobre mobilidade urbana, mas que desencadearam outras reivindicações e a entrada de novos atores políticos. A insatisfação com a política brasileira, se agravou com as eleições presidenciais de 2014 e um bombardeio midiático em torno de denúncias de corrupção. Ainda em 2014, dois pontos centrais abriram caminho para a ascensão do bolsonarismo, um deles foi a operação Lava Jato, criada para investigar crimes de corrupção na gestão fraudulenta envolvendo a Petrobras.⁹⁵ Este ambiente foi muito bem trabalhado pela extrema direita conservadora, que soube catalisar esse sentimento de revolta, incorporando um discurso antissistêmico para enfrentar “tudo o que está aí”.⁹⁶

O fato do Partido dos Trabalhadores (PT) naquele momento já estar a doze anos ocupando a Presidência da República, oportunizou um discurso antipetista e contra a direita que também estava fortemente presente nos grandes meios de comunicação.⁹⁷ Logo, com a insatisfação política, o crescimento do discurso anticorrupção, manifestações massivas amplamente convocadas e divulgadas pelas grandes empresas de comunicação, criou-se um ambiente totalmente desfavorável, não somente para o PT, mas também, para os demais partidos políticos progressistas e movimentos sociais populares e de esquerda.⁹⁸ Tudo isso desencadeou no *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff, em 2016. Porém, ainda faltava uma peça fundamental para considerar o PT fora do jogo e sem a possibilidade de retorno ao governo federal: Luiz Inácio Lula da Silva deveria estar fora das eleições de 2018. E foi o que aconteceu quando o juiz Sérgio Moro mandou Lula para a prisão, num processo judicial questionado chamado de *law fare*.⁹⁹

⁹⁵ SEGURADO, 2021, p. 68.

⁹⁶ SEGURADO, 2021, p. 68.

⁹⁷ SEGURADO, 2021, p. 69.

⁹⁸ SEGURADO, 2021, p. 70.

⁹⁹ SEGURADO, 2021, p. 71.

Com o PT praticamente fora do caminho e um ambiente bastante polarizado, a extrema direita aproveitou-se do descontentamento generalizado para construir a sua base de apoio. Bolsonaro se apresentou como um candidato antissistema ou *anti-establishment*¹⁰⁰, prometendo combater a corrupção, a violência e implementar políticas conservadoras em relação aos costumes. A estratégia digital da campanha de Bolsonaro estava anos-luz à frente de qualquer outra pessoa. Tendo seu filho, Carlos Bolsonaro como um dos principais responsáveis pelo sucesso de sua campanha, viu-se em solo brasileiro aspectos muito semelhantes a outros políticos de direita mundo afora, e, entre estes aspectos, o protagonismo das redes sociais em campanhas políticas.¹⁰¹

O destaque de Bolsonaro nas redes foi algo construído ao longo dos anos, através de uma estratégia digital que estimulou a criação de uma infinidade de grupos de *WhatsApp* e *Facebook* além de identificar influenciadores digitais para potencializar a difusão e criação de mensagens. A própria família Bolsonaro, composta por três filhos, uma filha e esposa, se tornou influenciadora digital, documentando através do *YouTube* e redes sociais as suas vidas, comunicando-se diretamente com sua base eleitoral e garantindo acessos, seja por comentários positivos, ações cotidianas ou por escândalos.¹⁰²

No início do período eleitoral, a presença digital de Jair Bolsonaro já era muito superior à dos outros candidatos o que foi essencial, já que, na TV, tinha apenas oito segundos.¹⁰³

No Facebook, sua página tinha 6,9 milhões de seguidores, dez vezes mais que Fernando Haddad, com 689 mil. O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva contava com 3,8 milhões de inscritos. No Instagram, Bolsonaro reunia 3,8 milhões de seguidores, enquanto Haddad tinha 418 mil e Lula, 524 mil.¹⁰⁴

Diferente do contexto dos EUA, onde muitas das mensagens chegavam ao público-alvo através do *Facebook*, no Brasil o *WhatsApp* foi a peça-chave para a comunicação direta entre a família Bolsonaro e sua base de apoio.¹⁰⁵ Embora ambas

¹⁰⁰ Antissistema é um adjetivo que define pessoa, ideia ou grupo que é contra as instituições oficiais da sociedade vigente, sejam elas políticas, econômicas ou sociais.

¹⁰¹ MELLO, 2020, p. 31.

¹⁰² MELLO, 2020, p. 32.

¹⁰³ SOARES, Jussara. **Time digital de Bolsonaro distribui conteúdo para 1.500 grupos de WhatsApp**. O Globo, 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/time-digital-de-bolsonaro-distribui-conteudo-para-1500-grupos-de-whatsapp-23134588>. Acesso em: 6 jul. 2023.

¹⁰⁴ SOARES, 2018, acesso em: 6 jul. 2023.

¹⁰⁵ MELLO, 2020, p. 32.

as redes sociais sejam de propriedade de Mark Zuckerberg, existem diferenças importantes do ponto de vista da circulação de desinformação. Enquanto o *Facebook* é uma rede social pública, o *WhatsApp* é privado, o que dificulta consideravelmente mensurar a quantidade de grupos fechados existentes, disseminando desinformação.¹⁰⁶

Como a família Bolsonaro já tinha forte presença nas redes sociais, a criação de grupos de *WhatsApp*, assim como canais em outras plataformas, não foi um grande desafio. Ao longo dos anos links de grupos digitais foram distribuídos durante o período anterior e durante as eleições, assim foi se formando uma base de apoiadores bastante sólida.¹⁰⁷ Criava-se um exército digital, onde os grupos funcionavam como listas de transmissão, em que os administradores e as administradoras, mandavam mensagens para um público já pré-disposto a acreditar no conteúdo que iria receber, e, estes integrantes que recebiam as informações, por sua vez, de forma voluntária repassavam os conteúdos para outros grupos, de familiares, de amigos, da igreja etc.¹⁰⁸

Este modelo de comunicação direta com a população, que é também uma das formas para que o ideário autoritário prospere e mantenha o maior número de pessoas sintonizadas,¹⁰⁹ se assemelha com a estratégia nazista já citada do *Volksempfänger* (rádio do povo), porém, sem a necessidade de censurar outros meios de comunicação. Basta inundar as redes sociais e os grupos de *WhatsApp* com versões dos fatos que se quer emplacar, e ela se tornará verdade e abafará outras narrativas, inclusive e sobretudo, as notícias reais e verdadeiras.¹¹⁰

Além das estratégias de comunicação direta e influência nas redes sociais, outro fator importante para o sucesso do bolsonarismo pode ser atribuído ao uso de recursos avançados de marketing, como algoritmos, que permitiram que o bolsonarismo atingisse e mobilizasse seu público-alvo de forma mais eficaz.¹¹¹

No Facebook e no Instagram, por exemplo, é possível pagar para que um conteúdo atinja mais pessoas, seja visto mais amiúde ou alcance certos públicos (segmentados por idade, gênero, localização e outros parâmetros). No Twitter e no Facebook, quanto mais engajamento, (cliques e curtidas) tem um conteúdo, maior destaque ele recebe. No entanto, muitas vezes usam-se

¹⁰⁶ SEGURADO, 2021, p. 90.

¹⁰⁷ MELLO, 2020, p. 32.

¹⁰⁸ MELLO, 2020, p. 33.

¹⁰⁹ SEGURADO, 2021, p. 53.

¹¹⁰ MELLO, 2020, p. 23.

¹¹¹ MELLO, 2020, p. 23.

sistemas automatizados, os robôs ou bots, ou então pessoas contratadas, os trolls, para forjar maior engajamento em certos conteúdos e dar visibilidade a certo tema, simulando uma popularidade que ele não tem.¹¹²

Um exemplo palpável de tal estratégia foi identificado quando, no X (antigoTwitter), a hashtag #FechadocomBolsolnaro entrou para o assuntos mais comentados, ou como é dito na plataforma, entrou no *trending topics*. A digitação incorreta no sobrenome do então candidato, adicionando um “L” extra, levantou suspeitas de que estava sendo feito o uso de *bots* para inflar artificialmente a popularidade da hashtag e demonstrar que havia muitas pessoas falando sobre isso nas redes. A suspeita acontece porque se o crescimento tivesse sido orgânico, o erro não seria repetido tantas vezes porque alguma pessoa teria o corrigido.¹¹³

Tecnicamente, um algoritmo é uma sequência de regras ou instruções projetado para analisar e processar grandes sistemas de dados, identificando padrões e recomendações personalizadas, voltadas para uma execução automatizada de uma tarefa.¹¹⁴ Assim como a análise de dados utilizada pela CA para posteriormente fazer um micro direcionamento de conteúdos personalizados, os algoritmos também podem ser usados para identificar usuários com tendências ideológicas semelhantes e, assim, direcionar mensagens e conteúdos específicos para eles. No caso do bolsonarismo, os algoritmos serviram para oferecer aos usuários qualquer conteúdo capaz de atraí-lo com maior frequência e por mais tempo em diferentes plataformas, para conseguir sustentar as mais variadas posições, por mais irreais que fossem, para, principalmente, criar um clima de medo entre o eleitorado.¹¹⁵

Além disso, os algoritmos, no contexto brasileiro, foram utilizados para criar bolhas digitais de informação, limitando a exposição dos usuários a pontos de vista diferentes e reforçando suas convicções pré-existentes.¹¹⁶ Desta forma, quando se tem, ao seu redor, apenas grupos que compartilham das mesmas ideias, e foi basicamente o que aconteceu durante o ano de 2018, têm-se a impressão de que muitas pessoas compartilham do mesmo pensamento, já que, só mantem contato ou

¹¹² MELLO, 2020, p. 24.

¹¹³ CAMILLO, Mateus. **Hashtag pró-Bolsonaro com erro viraliza e levanta suspeita de utilização de robôs**. Zero Hora, 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2020/04/hashtag-pro-bolsonaro-com-erro-viraliza-e-levanta-suspeita-de-utilizacao-de-robos-ck9j66mex00ck01o4enzqjeek.html>. Acesso em: 23 jun. 2024.

¹¹⁴ SEGURADO, 2021, p. 91.

¹¹⁵ DA EMPOLI, 2022, p. 20.

¹¹⁶ BUCCI, 2019, p. 44-45.

só têm acesso a grupos ideológicos semelhantes, e cortam-se relações com quem pensa diferente.

Assim como aconteceu no caso do Brexit, nas eleições dos EUA e da Itália, o sucesso nacional-populista se mede pela capacidade de fazer explodir a cisão esquerda/direita para captar os votos das pessoas revoltadas e furiosas e não apenas de fascistas.¹¹⁷ Por isso, é importante ressaltar que o uso de algoritmos para conteúdos específicos não é algo exclusivo do bolsonarismo. Essa prática tem sido amplamente aceita por diversos atores políticos em todo o mundo, aproveitando-se das características das redes sociais e da capacidade dos algoritmos de direcionar mensagens de maneira precisa.

2.3.2 Mídias sociais, desconfiança na mídia tradicional e a propagação de desinformações na era digital: O caso das eleições brasileiras de 2018

Após as revelações do escândalo envolvendo a CA e suas práticas questionáveis, várias investigações foram iniciadas para examinar suas atividades em vários países, incluindo o Brasil. As engenharias precisas da empresa nas eleições brasileiras ainda são incertas, e não há consenso sobre o impacto real que ela teve no resultado das eleições de 2018, porém, na relação entre os processos eleitorais estadunidense e brasileiro, em particular as conexões entre as campanhas de Donald Trump em 2016 e de Jair Bolsonaro em 2018, é possível encontrar além de diversas características semelhantes, figuras políticas que também se conectam nestes processos.

Uma destas figuras foi Steve Bannon, que desempenhou um papel significativo nas eleições dos EUA em 2016 como estrategista-chefe da campanha eleitoral de Donald Trump além de, na época, ser o vice-presidente da CA.¹¹⁸ Ele foi fundamental na adoção de estratégias de micro segmentação e direcionamento mensagens por meio do uso intensivo de dados e tecnologia nos EUA. No Brasil, a candidatura de Jair Bolsonaro contou com uma espécie de consultoria de Bannon, e, ao lado de Olavo de Carvalho, foram protagonistas nos bastidores dessas campanhas

¹¹⁷ DA EMPOLI, 2022, p. 21.

¹¹⁸ SEGURADO, 2021, p. 56.

eleitorais, articulando a nova direita, identificada por um estilo agressivo, criador e disseminador de discursos de ódio, negacionismos e teorias da conspiração.¹¹⁹

O quanto do sucesso da campanha eleitoral de Bolsonaro em 2018 pode ser atribuído à relação com Bannon também é incerto, mas, o que é certo, é que o contexto brasileiro neste período foi muito propício para o uso das mídias digitais como forma direta de comunicação entre o candidato e seu eleitorado. Uma pesquisa publicada pelo jornal Folha de São Paulo, revelou os hábitos de dieta informacional do povo brasileiro durante a eleição de 2018, e fornece um contexto importante para entender o impacto da relação entre EUA e Brasil nesse período.

A pesquisa mostrou que dois em cada três consumidores possuíam contas em redes sociais, o que representava aproximadamente 66% do eleitorado.¹²⁰ Esse dado indica a ampla presença e influência das redes sociais na disseminação de todo o tipo de informação e no engajamento político do eleitorado brasileiro. Além disso, o estudo potencializou que entre os eleitores e as eleitoras jovens, a presença nas redes sociais foi em torno de 90%.¹²¹ Isso evidenciou a importância das plataformas digitais como meio de comunicação e interação política, especialmente para a geração mais jovem. Na faixa etária de 45 a 59 anos, o percentual de pessoas com contas em redes sociais foi de 55% e, entre o público com mais de 60 anos, que tradicionalmente apresentam menor adesão às tecnologias digitais, o índice ainda foi de 32%.¹²²

Esses dados mostram como a população brasileira estava engajada nas redes sociais durante a eleição de 2018. Isso cria um terreno fértil para a disseminação de todo o tipo de informações, ideias e discursos políticos, o que inclui o impacto das estratégias utilizadas por figuras como Steve Bannon e Olavo de Carvalho.

O resultado deste terreno fértil para a livre circulação dos mais diversos conteúdos nas mídias sociais, sem qualquer tipo de filtro, também pode ser observado nos resultados de outras pesquisas. Segundo uma pesquisa encomendada pelo Senado e publicada em dezembro de 2019, 79% dos brasileiros e das brasileiras sempre utilizaram o *WhatsApp* como principal fonte de informação, a TV foi a principal

¹¹⁹ SEGURADO, 2021, p. 65.

¹²⁰ DATA Folha: Instituto de Pesquisa. **24% dos eleitores usam Whatsapp para compartilhar conteúdo eleitoral.** Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2018/10/1983765-24-dos-eleitores-usam-whatsapp-para-compartilhar-conteudo-eleitoral.shtml>. Acesso em: 18, jul. 2023.

¹²¹ DATA, 2018, acesso em: 18, jul. 2023.

¹²² DATA, 2018, acesso em: 18, jul. 2023.

fonte para 50% seguida do *YouTube* (49%), do *Facebook* (44%), de sites de notícias (38%) e rádio (22%).¹²³ Os jornais constituem a fonte primordial de apenas 8% dos brasileiros e das brasileiras, na frente apenas do *Twitter* (7%).¹²⁴ Dessa forma, percebe-se que as mídias sociais possuem extrema importância na distribuição de informações e, dessa forma, na construção de opiniões.

As mídias sociais estão sendo consideradas protagonistas no compartilhamento de informações e podem influenciar na construção desconhecimento, na formação de opinião pública, na manutenção de sistemas hierárquicos e na proliferação de crenças, mitos e ideais. Além disso, as mídias sociais são desenvolvidas por um grupo restrito de pessoas que podem utilizar deste espaço para apresentar e divulgar posições, personagens, dados e valores que acabam sendo percebidos como cotidianos e universais pela grande parte da sociedade, mas que não representam a realidade da população.¹²⁵

Portanto, no Brasil o *WhatsApp* foi o principal meio para disseminar propaganda política, mas também, desinformação. Destes dados, é notável ainda, o descrédito da chamada mídia tradicional, que são os meios profissionais de levar informações às pessoas, e parte deste descrédito é graças as lideranças populistas, como Trump e Bolsonaro. Por exemplo, quando Trump xinga o *New York Times* de todos os nomes ofensivos e o acusa de produzir *fake news*, cria-se um paradoxo.¹²⁶

O *New York Times* pode publicar notícias erradas (como aconteceu quando veiculou informações de que Saddam Hussein estaria fabricando armas químicas de destruição em massa no Iraque), mas não veicula *fake news*. O mesmo despautério comete Jair Bolsonaro quando lança suas agressões verbais contra a Folha de São Paulo.¹²⁷

A grande mídia não está isenta de cometer erros, o problema é quando estes eventuais erros acabam sendo utilizados para legitimar ofensas dirigidas a grande mídia, oriundos do topo da hierarquia, o que acaba funcionando como uma autorização ou legitimação para que mais pessoas façam ataques semelhantes.¹²⁸

¹²³ DATASENADO. **Mais de 80% dos brasileiros acreditam que redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas**. Senado Federal, Brasília-DF, 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasetado/materias/pesquisas/mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinioao-das-pessoas>. Acesso em: 18 jul. 2023.

¹²⁴ DATASENADO, 2018, acesso em: 18 jul. 2023

¹²⁵ WISCH, Taiana Luísa; TESCH, Lohan Schulz. Um olhar para a sociedade do século XXI: Contribuições da Teologia Feminista e da Teologia Negra. **Coisas do Gênero: Revista de estudos feministas em Teologia e Religião**, São Leopoldo, v. p, n. 1, 186–204, 2023. p. 187-188.

¹²⁶ BUCCI, 2019, p. 38.

¹²⁷ BUCCI, 2019, p. 38-39.

¹²⁸ MELLO, 2020, p. 92.

Mas não somente, as mídias sociais, produtora de linguagens e sentidos, é montada para a grande massa por pessoas dessa mesma massa e representa o mundo que elas estão inseridas, logo, de fácil identificação; dessa forma, não há como negar que as mídias possuem extrema influência na formação de identidades, preferências, opiniões e tomada de decisões.¹²⁹

As mídias sociais desempenham um papel crucial na era da pós-verdade, permitindo a disseminação rápida e ampla de informações, muitas vezes sem a verificação adequada dos fatos. D'Ancona argumenta que as plataformas de mídia social são projetadas para maximizar o engajamento, muitas vezes promovendo conteúdo sensacionalista e emocionalmente carregado, o que pode distorcer a percepção pública dos fatos.¹³⁰

No entanto, é importante destacar que a disseminação de informações incorretas não é proveniente da grande mídia. A era digital trouxe consigo a facilidade de compartilhar conteúdos por meios de aplicativos de mensagens e redes sociais, muitas vezes sem a verificação de sua veracidade. Esse fenômeno é agravado quando as pessoas tendem a confiar mais nas notícias enviadas por seus familiares e amigos, mesmo que sejam provenientes de fontes não verificáveis. Assim, a questão da desconfiança em relação à mídia tradicional não pode ser vista sem cuidado, e sim, entendida dentro de um contexto mais amplo de mudanças no consumo de informação na era digital.

A confiança nas instituições midiáticas e na disseminação de informações tornou-se uma questão crucial nos últimos anos. Cada vez mais, as pessoas questionam a veracidade das notícias veiculadas pelos meios de comunicação tradicionais. Uma pesquisa realizada pela Ipsos Mori em 2018 revelou que uma parcela significativa da população brasileira, cerca de 73%, acreditava ter presenciado reportagens enganosas na mídia.¹³¹ Isso indica um crescente ceticismo em relação à honestidade dos veículos de comunicação estabelecidos. Curiosamente, as pessoas parecem confiar mais em conteúdos recebidos por meio de aplicativos de mensagens, como o *WhatsApp*, especialmente quando esses conteúdos confirmam suas próprias

¹²⁹ WISCH; TESCH, 2023, p. 193.

¹³⁰ D'ANCONA, 2018, p. 42-45.

¹³¹ IPSOS Public Affairs. **Fake news, Filter Bubbles, Post-Truth and Trust**. Ipsos MORI – Social Research Institute, 2018. Disponível em: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-08/fake_news-report.pdf. Acesso em: 18 jul. 2023.

crenças.¹³² Essa tendência é evidenciada pela pesquisa da consultoria Ideia Big Data, realizada no Brasil em 2019, que revelou que 52% das pessoas confiam em notícias enviadas por familiares em mídias sociais, enquanto 43% confiam naquelas compartilhadas por amigos próximos.¹³³ Esses resultados apontam para uma transformação significativa na forma como as pessoas consomem e avaliam informações, destacando a importância da compreensão desses novos padrões de confiança na era digital. D'Ancona sugere que as pessoas estão cada vez mais inclinadas a aceitar informações que reforçam suas crenças preexistentes e a rejeitar informações que as desafiam, independentemente da veracidade.¹³⁴

Dessa forma, é possível afirmar que o escândalo envolvendo a CA e suas práticas polêmicas esteve presente também no Brasil, onde se examinou o impacto de suas estratégias principalmente nas eleições de 2018. A relação entre as campanhas de Donald Trump nos EUA em 2016 e Jair Bolsonaro no Brasil em 2018 apresentou semelhanças marcantes, e uma figura-chave nesse cenário foi Steve Bannon, que desempenhou um papel importante tanto na campanha de Trump quanto na consultoria a Bolsonaro.

O contexto brasileiro de forte presença nas redes sociais durante a eleição, especialmente entre as pessoas jovens, criou um terreno fértil para a disseminação de informações, ideias e discursos políticos. O uso predominante do *WhatsApp* como fonte de informação também contribuiu para a disseminação de propaganda política e desinformação, destacando-se a crescente desconfiança na mídia tradicional e a inclusão de novos padrões de confiança na era digital. D'ancona converge com a afirmativa e argumenta que a desvalorização dos fatos e da verdade objetiva pode minar a confiança nas instituições democráticas e enfraquecer a capacidade do público de tomar decisões informadas.¹³⁵

O impacto real das estratégias de Bannon e suas conexões com a campanha de Bolsonaro ainda é incerto, mas é inegável que o uso intensivo de mídias digitais e a confiança em informações compartilhadas por familiares e amigos influenciam o

¹³² MELLO, 2020, p. 40.

¹³³ MELLO, Patrícia Campos. **2 em cada 3 receberam Fake news nas últimas eleições, aponta pesquisa.** Zero Hora, 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2019/05/2-em-cada-3-receberam-fake-news-nas-ultimas-eleicoes-aponta-pesquisa-cjvv85itz04zx01ljsmfvbco.html>. Acesso em: 18 jul. 2023.

¹³⁴ D'ANCONA, 2018, p. 60-63.

¹³⁵ D'ANCONA, 2018, p. 110-111.

cenário político. A questão da desinformação e das mudanças no consumo de informações continua a ser um desafio para a sociedade atual, e é crucial compreender esses fenômenos para proteger a integridade do processo democrático e do jornalismo responsável.

2.4 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Diante da complexidade e abrangência do conceito de *fake news*, esta análise buscou aprofundar a compreensão desse fenômeno tão relevante na sociedade contemporânea. Através da exploração de diferentes perspectivas teóricas, definições e abordagens sobre o tema, foi possível reconhecer sua origem histórica e como evoluiu até a era digital, tornando-se uma questão de grande preocupação em diversos setores da sociedade.

A disseminação descontrolada de *fake news* nas redes sociais e outras plataformas digitais trouxe desafios significativos para a sociedade como um todo. A manipulação da informação, com o intuito de influenciar e enganar o público, revelou-se como uma estratégia poderosa, capaz de gerar efeitos danosos em áreas como política, saúde, ciência, religião e muito mais. As *fake news* podem assumir diversas formas, desde informações enganosas compartilhadas por negligência até desinformações deliberadas com o objetivo de manipular a opinião pública, tornando-se um fenômeno de impacto global. A análise dos tipos e formatos de *fake news* demonstrou a diversidade e a capacidade de adaptação desse fenômeno às novas tecnologias. Com a democratização do acesso à informação proporcionada pela era digital, a disseminação de *fake news* não resultou no cenário utópico previsto por algumas pessoas, onde todos e todas teriam acesso à verdade informacional. Pelo contrário, a polarização política, o enfraquecimento da confiança nas fontes tradicionais de informação e os danos causados por informações falsas evidenciaram a necessidade de combater a desinformação de forma mais efetiva.

As redes sociais e plataformas digitais desempenham um papel importante nesse cenário, pois se tornaram espaços propícios para a disseminação rápida e ampla de informações, sejam elas verdadeiras ou falsas. A relação entre as mídias sociais e a desconfiança na mídia tradicional criou um ambiente em que as pessoas passaram a buscar informações em fontes não verificadas, como aplicativos de mensagens e redes sociais, onde a veracidade muitas vezes não é checada. Essa

tendência abriu espaço para a propagação de *fake news* e a formação de bolhas de informação, onde os indivíduos são expostos apenas a pontos de vista semelhantes aos seus, reforçando suas convicções pré-existentes e dificultando o debate saudável e o acesso à verdade.

Nesse contexto, é crucial que governos, instituições, empresas e sociedade civil trabalhem em conjunto para enfrentar os desafios impostos pelas *fake news*. Para combater a era da pós-verdade, D'Ancona sugere várias estratégias, incluindo a promoção da alfabetização midiática, a responsabilidade das plataformas de mídia social e a necessidade de um jornalismo robusto e investigativo que priorize a verdade e a precisão.¹³⁶ A promoção da alfabetização digital e do pensamento crítico é fundamental para capacitar as pessoas a discernirem informações verídicas de conteúdos enganosos. É preciso educar a população para que se torne mais resistente à desinformação e mais apta a questionar e verificar as fontes antes de compartilhar conteúdos duvidosos. Além disso, é importante estabelecer mecanismos eficazes de verificação e checagem de informações, bem como promover a transparência e responsabilidade das plataformas digitais em relação à disseminação de conteúdos enganosos. A compreensão aprofundada do fenômeno das *fake news* é fundamental para preservar a integridade da informação e fortalecer a democracia. Somente por meio de esforços coletivos e de uma abordagem consciente, será possível mitigar os impactos negativos das *fake news* e garantir que a sociedade se beneficie plenamente das possibilidades oferecidas pela era digital.

O caso CA, por sua vez, trouxe à tona questões cruciais sobre a proteção da privacidade dos dados pessoais e o uso ético de informações para fins políticos e econômicos. A empresa, por meio de práticas questionáveis de coleta e análise de dados, demonstrou como perfis psicográficos detalhados poderiam ser usados para segmentar anúncios políticos altamente personalizados e influenciar massas. Esse episódio levantou preocupações sobre a manipulação da opinião pública, a disseminação de *fake news* e o impacto das estratégias de *microtargeting* nas eleições. Ao identificar grupos específicos e suas características psicológicas, a CA conseguiu direcionar mensagens persuasivas para influenciar comportamentos e opiniões. Além disso, esse caso enfatizou a importância da conscientização sobre a privacidade dos dados e a necessidade de regulamentações mais rígidas no setor de

¹³⁶ D'ANCONA, 2018, p. 102-107.

tecnologia. As revelações resultaram em ações subsequentes para fortalecer as políticas de privacidade e proteção de dados em várias plataformas e países ao redor do mundo.

Contudo, é importante destacar que o problema não se restringe apenas a uma empresa específica; trata-se de uma questão sistêmica que envolve a ética do uso de dados e a responsabilidade de empresas e governos em proteger a privacidade dos cidadãos e das cidadãs. A conscientização pública e o engajamento ativo são fundamentais para garantir que os avanços tecnológicos ocorram em consonância com a ética e a privacidade individual. Portanto, o caso CA serve como um lembrete para todos e todas nós sobre os desafios e responsabilidades que enfrentamos no mundo digital. A proteção dos dados pessoais deve ser uma prioridade, e é essencial que a sociedade como um todo esteja envolvida na discussão e implementação de medidas adequadas para garantir que a tecnologia seja utilizada de maneira ética e responsável, preservando os valores democráticos e o bem-estar da sociedade.

Por fim, a ascensão do bolsonarismo no Brasil revelou-se como um fenômeno político complexo, resultado de uma combinação de fatores históricos e sociais. Os protestos de 2013 e a insatisfação com a política tradicional abriram caminho para a entrada de novos atores políticos, incluindo a extrema direita conservadora, que soube utilizar de estratégias digitais avançadas para consolidar sua influência.

O uso de algoritmos e tecnologias avançadas de marketing possibilitou ao bolsonarismo alcançar e mobilizar seu público-alvo de forma eficaz. Essas estratégias, paralelas às utilizadas por figuras como Steve Bannon nos Estados Unidos, foram fundamentais para impactar a disseminação de informações e discursos políticos, bem como para a criação de um ambiente polarizado e propício à disseminação de desinformação. Diante desse contexto, é essencial compreender as mudanças no consumo de informação na era digital e a forma como as estratégias políticas se adaptaram a essas novas dinâmicas. A análise das táticas utilizadas pelo bolsonarismo e outros movimentos semelhantes em todo o mundo é fundamental para entender o impacto das redes sociais na política contemporânea e suas consequências para a sociedade. É importante reconhecer que as estratégias digitais avançadas não são exclusivas do bolsonarismo e têm sido adotadas por diversos atores políticos ao redor do mundo. O desafio está em buscar soluções que garantam a liberdade de expressão e o acesso à informação, ao mesmo tempo em que se

combate a disseminação de desinformação e a polarização política, promovendo um ambiente mais saudável para o debate público e o fortalecimento da democracia.

Em suma, tanto a compreensão das *fake news* quanto o caso CA e a ascensão do bolsonarismo demonstram a necessidade de abordagens abrangentes e responsáveis para lidar com os desafios da era digital. A sociedade precisa se unir para promover a alfabetização digital, o pensamento crítico e o uso ético das tecnologias, a fim de proteger a integridade da informação, garantir a privacidade dos dados e fortalecer a democracia em meio às transformações tecnológicas em curso. Somente com uma abordagem colaborativa e consciente, poderemos construir um futuro digital mais seguro, justo e benéfico para todas as pessoas.

3. ENTRE A FÉ E A DESINFORMAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DE *FAKE NEWS* EM COMUNIDADES RELIGIOSAS NA ERA DIGITAL

A conjuntura política e religiosa no Brasil, evidenciada pelas eleições de 2018 e 2022, revelou uma intrincada teia de relações entre o jogo político, grupos religiosos, em especial os evangélicos¹³⁷, e o desafio representado pelas *fake news*. A ascensão de Jair Bolsonaro à presidência do Brasil, destaca-se como um fenômeno marcado pela interação complexa entre desinformação e o fervoroso apoio de grupos religiosos. Nesse contexto, *fake news*, disseminadas principalmente nas redes sociais, emergem como instrumentos determinantes na moldagem da opinião pública, suscitando indagações sobre seu impacto no âmbito religioso e na intrínseca relação entre política e religião. A compreensão desse envolvimento político de igrejas no Brasil, constitui o cerne de parte desta investigação, que explora a expressiva aliança entre grupos religiosos e candidatos que advogam por pautas conservadoras. A análise da relação entre desinformação e o contexto religioso levanta questionamentos éticos e cívicos, chamando a atenção para os desafios contemporâneos enfrentados por sociedades democráticas.

Revisitaremos a história do envolvimento político das igrejas no Brasil, para percebermos a partir de quando se dá a ascensão de igrejas evangélicas no jogo político. Com isso buscaremos destacar a estratégia de eleger representantes autônomos para defender pautas religiosas e conservadoras, podendo demonstrar convergências entre líderes religiosos e figuras políticas, revelando narrativas complexas de alianças e interesses mútuos. Dessa forma, esse texto propõe uma análise aprofundada da interseção entre política, religião e desinformação no contexto

¹³⁷ Nesta pesquisa, a fim de delimitação, o termo 'pentecostal' ou 'evangélicas' refere-se a todas as pessoas cristãs não católicas, protestantes ou ortodoxas. Estas pessoas estão vinculadas aos novos movimentos religiosos que chegaram ao continente Latino-americano no final do século 20. Esses grupos possuem o foco da pregação na prosperidade material, cura divina, exorcismos e discursos ideológicos conservadores. A decisão de utilizar este grupo como objeto de estudo se dá pelo fato de que Jair Bolsonaro, tanto em sua vida pessoal, campanha eleitoral, quanto em seu mandato como Presidente do Brasil, explicitou em diversos momentos a aliança com lideranças evangélicas conservadoras, inclusive chegou a ter em seu mandato seis lideranças religiosas como Ministro e Ministra. Tal fato, culminou no fenômeno 'pós-secularização' ou 'religião pública', ou seja, durante esse período, a religião esteve constantemente presente na esfera pública, mesmo sendo o Brasil um país laico. Para mais informações: CUNHA, 2020, p. 16-20.

brasileiro. A compreensão dessa relação é crucial para promover um debate informado, fortalecer a resiliência da sociedade diante de influências manipuladoras e preservar os valores democráticos em meio à complexidade existente entre o sagrado e o político.

Na contemporaneidade, marcada pela ascensão da era digital, as comunidades religiosas enfrentam desafios e transformações devido à disseminação de *fake news*. Este fenômeno, reconhecido como uma ameaça ubíqua em plataformas de mídias sociais e outros meios de comunicação, assume contornos particulares e inquietantes quando direcionados aos ambientes religiosos. A análise aqui proposta, visa explorar as complexas interações entre as comunidades religiosas e a desinformação na era digital, examinando não apenas os riscos inerentes, mas também as oportunidades para o fortalecimento do diálogo, da educação digital e da resiliência diante dessas crescentes adversidades.

Assim, a era digital, inicialmente vista como uma construtora de pontes entre as pessoas, revela-se agora como corresponsável por formar muros, que separam pessoas com ideias e pensamentos diferentes, muitas vezes guiadas por uma confiança cega em líderes e membros religiosos, mas também por simples *influencers* que não possuem formação nem fundamentação confiável em seus conteúdos, mas moldam ativamente o pensamento de seu público. Com isso, a análise do impacto de *fake news* em comunidades religiosas na era digital, revela também, desafios e transformações que servem de alerta para os efeitos que essa abertura a livre expressão gera nos espaços de doutrinas e tradições, descentralizando a autoridade de lideranças religiosas.

Num cenário mais amplo, a urgência de abordagens multidisciplinares para enfrentar os desafios contemporâneos associados à disseminação de desinformação em comunidades religiosas é evidente. Este panorama destaca a coexistência entre a confiança interpessoal, as bolhas digitais, as mudanças nas estruturas de poder religioso e a ascensão de novas autoridades religiosas, desafiando não apenas as comunidades, mas também a sociedade pós-moderna como um todo. Diante desse contexto, a imperatividade do fortalecimento do diálogo, da educação digital e da resiliência frente à desinformação torna-se se evidente.

3.1 ENVOLVIMENTO POLÍTICO DAS IGREJAS E O POTENCIAL IMPACTO DE *FAKE NEWS*

Ao analisarmos o cenário político e religioso brasileiro, tanto no que diz respeito às eleições de 2018 quanto às de 2022, poderemos identificar fatores determinantes para o sucesso das campanhas eleitorais. O pleito que levou à eleição de Jair Bolsonaro como presidente em 2018 e o subsequente de 2022, com a vitória de Lula, foram marcados por uma combinação de elementos notáveis, incluindo o uso de desinformação, o apoio maciço de grupos religiosos, em especial os assim denominados, evangélicos, e, uma interação complexa entre esses dois fatores.

É inegável que a disseminação de *fake news* desempenhou um papel importante nas campanhas eleitorais de 2018 e 2022. Através de uma ampla variedade de matérias jornalísticas, pesquisas e outras fontes, é possível observar a influência da desinformação, frequentemente compartilhada em redes sociais e outros meios, como uma forma de moldar a opinião pública. Isso suscita perguntas sobre como o impacto de *fake news* afeta o contexto religioso e a relação entre política e religião.

O apoio maciço do público evangélico em ambas as eleições, revela uma forte aliança entre grupos religiosos e pessoas candidatas políticas, especialmente para o grupo que promove pautas conservadoras e possui valores alinhados com os de comunidades evangélicas. A influência das tendências nesse contexto eleitoral é notória e levanta a questão de como as instituições religiosas exercem tamanho poder de persuasão nas eleições nacionais.

A relação entre desinformação e contexto religiosos é complexa. A divulgação de informações incorretas no âmbito religioso pode ser considerada contraproducente em relação aos princípios de veracidade e honestidade, os quais, historicamente, são valores defendidos por muitas tradições religiosas, incluindo o cristianismo. É importante observar que o uso de informações falsas não é exclusivo de uma religião ou de um grupo político, mas sim, um desafio enfrentado globalmente. A interação entre política e religião, assim como a influência de *fake news* nesse contexto, suscita reflexões importantes sobre ética, cidadania e os desafios contemporâneos enfrentados pelas sociedades democráticas e, buscando auxiliar nessas reflexões,

também se faz necessário entender o envolvimento político de igrejas no contexto brasileiro, bem como seu relacionamento com a desinformação.

3.1.1 O envolvimento político das igrejas no Brasil

Para compreender a relação intrigante entre igrejas e campanhas políticas permeadas pela disseminação de informações falsas, assim como o enraizamento dessa falácia no âmbito religioso contemporâneo, é fundamental remontar aos primórdios da era cristã. Isso nos permite refletir sobre como, mesmo após dois milênios, algumas questões parecem ter mantido uma notável constância ao longo do tempo.

No início da era cristã, um dos problemas da religiosidade da época era a hipocrisia. Podemos encontrar diversos relatos bíblicos em que Jesus seguia um fluxo do combate à hipocrisia, num sentido de que os líderes religiosos deveriam parar de pedir aos outros, aquilo que eles mesmos não faziam, não criam e não viviam.¹³⁸ Além de não fazer, não crer e não viver o que ensinavam às outras pessoas, alguns fariseus e mestres da lei nem se quer acreditavam no que ensinavam ou no que pediam às pessoas.¹³⁹

Para Jesus, quando declarou que os escribas e fariseus eram filhos do Diabo, o grande mal a ser combatido era a coreografia da espiritualidade. A hipocrisia e a sustentação das aparências sempre depõem contra a genuinidade. Não é tão difícil parecer ser. É possível, mediante exercícios e ensaios, por meio de uma prática constante, forjar uma aparência de espiritualidade, uma aparência de santidade, de cordialidade e de simpatia.¹⁴⁰

A tendência à teatralização da espiritualidade, especialmente quando se ocupa uma posição de liderança religiosa ou política, é uma manifestação bastante visível também na atualidade. Conforme veremos, essa tendência desempenha um papel fundamental na compreensão da rotina de desinformação no cenário brasileiro.

Encenar a espiritualidade, por sua própria natureza, constitui um ato de falsidade. E, quando exploramos o significado específico da falsidade, encontramos uma série de textos bíblicos que condenam a prática da mentira e, de maneira ainda

¹³⁸ EBERT, Cláudio Ernani. Personagens bíblicos que mentiram: a Bíblia e as *Fake news*. In: KURZAWA, Kitty (org.). **Verdade ou mentira?** uma análise cristã do fenômeno das *Fake news*. São Leopoldo, RS: Sinodal, p. 84-96, 2020. p. 87.

¹³⁹ EBERT, Cláudio Ernani. 2020, p. 87.

¹⁴⁰ EBERT, Cláudio Ernani. 2020, p. 86.

mais enfática, denunciavam a hipocrisia que permeia as relações entre as tendências e a divulgação de notícias falsas na sociedade contemporânea.

O oitavo mandamento por exemplo, é bem claro ao dizer “Não dirás falso testemunho contra o teu próximo.”¹⁴¹ No livro de Efésios está escrito: “Por isso, deixando a mentira, fale cada um a verdade com o seu próximo, porque somos membros uns dos outros.”¹⁴² Com isso, e tantas outras passagens bíblicas, pode se afirmar que a prática da mentira condenada e é considerada pecado. Ainda no livro escatológico de Apocalipse é ressaltado que as pessoas mentirosas estão em uma lista de pessoas pecadoras que não entrarão no Reino de Deus.

Quanto, porém, aos covardes, aos incrédulos, aos abomináveis, aos assassinos, aos impuros, aos feiticeiros, aos idolatradas, e a todos os mentirosos, a parte que lhes cabe será o lago que arde com fogo e enxofre, a saber, a segunda morte.¹⁴³

Com isso, pode ser afirmado que a mentira, sob a perspectiva bíblica, não é tolerada ou aceitável e sim, de origem maligna.¹⁴⁴ Isto por si só, já é mais do que o suficiente para estranhar, principalmente no contexto religioso, qualquer possibilidade de se aceitar ou tolerar *fake news*.¹⁴⁵

3.1.1.1 História do envolvimento político das igrejas no Brasil

Qualquer semelhança dos tempos bíblicos onde muitos líderes religiosos eram hipócritas, viviam uma espiritualidade falsa e serviam a mentira, com os dias atuais, não é mera coincidência.¹⁴⁶

Alguns líderes religiosos, ao que tudo indica, parecem ter conquistado uma formação de doutorado na prática de mentira. São experts em coreografia de espiritualidade, fizeram uma pós-graduação em teatralização de avivamento e um mestrado em imitação de sinceridade. O estilo de vida superficial, com jeito de profundidade, com palavras e aparência tocante e profunda, tornou-se, em alguns casos, um traço comum nas reuniões cristãs pelo mundo.¹⁴⁷

A prática de mentir, como visto, é fortemente desaprovada, também, a partir da perspectiva bíblica. Podemos encontrar diversos exemplos disso, incluindo

¹⁴¹ BÍBLIA de Estudo Almeida. Barueri – SP: sociedade bíblica do Brasil, 2013. Ex. 20.16, p. 111.

¹⁴² BÍBLIA, 2013, Ef. 4.25, p. 1378.

¹⁴³ BÍBLIA, 2013, Ap. 21.8, p. 1487.

¹⁴⁴ EBERT, Cláudio Ernani. 2020, p. 96.

¹⁴⁵ EBERT, Cláudio Ernani. 2020, p. 96.

¹⁴⁶ EBERT, Cláudio Ernani. 2020, p. 95.

¹⁴⁷ EBERT, Cláudio Ernani. 2020, p. 95.

situações envolvendo líderes religiosos nos tempos de Jesus e, quando comparamos essa realidade com o atual cenário brasileiro, percebemos diversas semelhanças. Uma delas, que se destaca, é justamente a presença de informações falsas no contexto religioso, especialmente na relação e conexão entre líderes religiosos e figuras política no Brasil.

Para obter uma compreensão mais profunda da relação entre política e religião na atualidade, é necessário retroceder alguns anos na história do Brasil, quando a comunidade evangélica começou a ter um interesse maior com o cenário político. É perceptível que a religião, sobretudo o catolicismo, sempre teve um papel importante na política brasileira, visto que, desde a colonização portuguesa até o fim da monarquia, o Estado e a Igreja Católica, através de um sistema de patrocínio entre a Santa Sé e a Coroa Portuguesa, eram um só.¹⁴⁸ E, mesmo após a separação formal entre Igreja e Estado, estabelecida pela Constituição Republicana em 1891, valores morais conservadores católicos continuaram presentes no contexto político, como por exemplo a proibição do divórcio em casamentos civis, abolida apenas em 1977.¹⁴⁹

Com a separação entre a religião católica e o poder civil no Brasil, outras religiões começam a ter visibilidade. A partir do início do século XX, observou-se o surgimento de igrejas pentecostais no país, como a Congregação Cristã em 1910, seguida pela Assembleia de Deus um ano depois.¹⁵⁰ Até a década de 1950, a Assembleia de Deus, tornou-se a igreja pentecostal mais expressiva, no entanto, nesse período, tais denominações religiosas não manifestavam interesse em influenciar a política nacional, permanecendo a margem dos processos políticos.¹⁵¹ Isso se manteve até meados dos anos 1970, visto que, a partir dos anos 1980 muitos dirigentes pentecostais estavam dispostos a participar da redação da nova Constituição.¹⁵²

Nesse contexto, os pentecostais passam a lançar e apoiar candidaturas religiosas com o intuito de eleger seus próprios parlamentares que os representassem na defesa pela liberdade religiosa, para evangelizar a política, defender a família, a moral cristã e os interesses das instituições

¹⁴⁸ ARRUDA, Jéssica de Abreu; COSTA, Guilherme Brum Rodrigues da; MAGALHÃES, Analice Soares. Influência dos discursos religiosos evangélicos na campanha presidencial de 2018 no Brasil. **Último Andar**, v. 23, n. 35, 2020. p. 6.

¹⁴⁹ ARRUDA; COSTA; MAGALHÃES; 2020, p. 6.

¹⁵⁰ ARRUDA; COSTA; MAGALHÃES, 2020, p. 6.

¹⁵¹ ARRUDA; COSTA; MAGALHÃES; 2020, p. 6.

¹⁵² MARIANO, Ricardo. Deus é voto. **Revista de História da Biblioteca Nacional**. v. 8, n. 87, p. 30-31, 2012. p. 30.

evangélicas, bem como combater iniciativas ou projetos políticos que destoassem da moralidade bíblica tais como a união civil de homossexuais, a descriminalização do aborto e do uso de drogas.¹⁵³

Até esse momento, a narrativa histórica delineia um Brasil onde o catolicismo ainda exercia domínio e instaurava um ambiente de conservadorismo. Contudo, com a progressiva separação entre Igreja e Estado e a chegada de diversas correntes religiosas, tanto as importadas quanto as autóctones, o domínio católico ficou menos evidente, porém, um ambiente conservador persistiu. À medida que lideranças religiosas começaram a conquistar posições políticas e influenciar decisões, esse conservadorismo de natureza religiosa tornou-se evidente e influente no cenário político nacional.

3.1.2 Evangélicos no cenário político

A participação ativa de representantes evangélicos pentecostais na política, principalmente a partir de 1986, tem como propósito, além de eleger representantes para a Assembleia Constituinte, enfrentar tanto a influência do catolicismo, quanto a influência secular na elaboração da nova Constituição.¹⁵⁴ Em outras palavras, essa estratégia de representação eleitoral autônoma de igrejas evangélicas, pode ser entendida como uma pretensão delas tornarem-se o governo.¹⁵⁵ Além desse interesse em conquistar instâncias estatais do poder, muitas vezes, algumas igrejas, se beneficiam de alianças importantes firmadas no meio político, que resultam em uma certa influência política, além de trazer o conservadorismo religioso para este meio, como no caso de denominações como a Assembleia de Deus, Igreja internacional da Graça de Deus, Igreja universal do Reino de Deus, entre outras, que foram fundamentais para a eleição de Bolsonaro em 2018.¹⁵⁶ Dessa forma, é notável que há uma união entre frentes conservadoras que se unem para eleger pessoas que correspondam às suas próprias expectativas e interesses.

¹⁵³ MARIANO, 2012, p. 30.

¹⁵⁴ CAMURÇA, Marcelo Ayres. Um poder evangélico no estado brasileiro?: Mobilização eleitoral, atuação parlamentar e presença no governo Bolsonaro. **Revista Nupem**. v. 12, n. 25, p. 82-104, jan./abr. 2020. p. 82.

¹⁵⁵ BURITY, Joanildo. A onda conservadora na política brasileira traz o fundamentalismo ao poder? In: ALMEIDA, Ronaldo; TONIOL, Rodrigo (Orgs.). **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018. p. 36.

¹⁵⁶ RODRIGUES, Nelson Lellis Ramos. As eleições de 2018 e o impacto das redes sociais no Brasil. **Revista Reflexus**, v. 13, n. 21, p. 165-183, jan./jun. 2019. p. 176.

Há o fortalecimento da articulação entre lideranças políticas evangélicas, lideranças evangélicas midiáticas, lideranças católicas e políticos/as não religiosos/as, empresários/as e ruralistas, afinados com as pautas reacionárias, formando um conglomerado de lideranças que compõem um quadro de reverberação de pautas conservadoras, com amplo apoio do eleitorado.¹⁵⁷

Importante ressaltar que as atividades conservadoras promovidas também por evangélicos, não está inserida apenas nas eleições presidenciais, mas no poder judiciário, nos poderes públicos, nas promotorias, nos hospitais e afins, tudo isso para que ‘em suas funções’ defendam suas próprias crenças em nome ‘da vida’, impedindo interrupções de gravidez em casos previstos em lei, impedindo uniões homoafetivas, dificultando adoções para famílias homoafetivas ou atuando no retrocesso de direitos humanos básicos.¹⁵⁸

Quando igrejas, que mantêm perspectivas conservadoras no âmbito comportamental, identificam uma pessoa candidata que expressa consistentemente pontos de vista alinhados com o conservadorismo em debates públicos, em contraste com outras pessoas candidatas, como Fernando Haddad, que adota posições progressistas,¹⁵⁹ a escolha do candidato a ser votado por membros destas igrejas não é difícil.

Esse alinhamento político-religioso em relação a figura de Bolsonaro, foi construído e planejado já antes da campanha eleitoral, como por exemplo, quando em maio de 2016 durante a votação do *impeachment* de Dilma Rousseff, Bolsonaro e seus três filhos estavam sendo batizados no Rio Jordão, em Israel.¹⁶⁰ Elementos assim, levam não apenas as lideranças religiosas, mas também os próprios seguidores dessas igrejas a se simpatizarem com um candidato que, em teoria, possui afinidade religiosa.

Ao considerarmos essa breve contextualização sobre a convergência de diversas entidades religiosas brasileiras com o cenário político atual, é imperativo explorarmos a interseção desse panorama com a influência de *fake news*. Nesse contexto intrincado, torna-se essencial compreender de que maneira a disseminação de informações falsas permeia tanto o âmbito religioso quanto o político, influenciando

¹⁵⁷ CUNHA, 2020, p. 27

¹⁵⁸ CUNHA, 2020, p. 28.

¹⁵⁹ NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita**: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020. p. 76.

¹⁶⁰ NICOLAU, 2020, p. 74.

e moldando a percepção pública. Essa simbiose entre entidades religiosas e o setor político acaba fornecendo um terreno útil para a propagação de notícias distorcidas, agravando ainda mais as já existente polarizações. A utilização estratégica de *fake news* pode visar a manipulação de opiniões, consolidando alianças de poder e fortalecendo agendas específicas.

Assim, analisar a relação entre entidades religiosas, políticas e *fake news*, é essencial para promover um debate informado e fortalecer a resiliência da sociedade diante das influências manipuladoras. A busca por uma esfera pública, baseada em informações verídicas e transparentes é crucial para preservar os valores democráticos e a integridade das instituições, transcendendo as barreiras entre o sagrado e o político.

3.2 DISSEMINAÇÃO DE *FAKE NEWS* NO CONTEXTO RELIGIOSO BRASILEIRO

No cenário político contemporâneo, especialmente no contexto brasileiro e latino-americano, observamos uma interseção peculiar entre a esfera religiosa e o jogo eleitoral. De acordo com Cunha, utilizou-se a religião para legitimar projetos políticos conservadores “com retórica do pânico moral baseada no medo e farto uso de desinformação, em especial *fake news*, com linguagem que gera identificação popular às pautas reacionárias”¹⁶¹, com ênfase em discursos pró família, antigênero e direitos LGBTQIAPN+. Nesse contexto, *fake news* desempenham um papel intrigante na promoção de candidatos e candidatas vinculadas a igrejas, mas não somente. Uma ilustração emblemática ocorreu durante a campanha eleitoral de 2018, quando Bolsonaro denunciou o denominado “kit gay”, alertou sobre a suposta introdução da ideologia de gênero nas escolas, manifestou preocupações sobre a possível tributação sobre templos religiosos, além da ameaça comunista e do marxismo cultural. Nesse contexto, informações distorcidas ou falsas encontraram terreno fértil também em igrejas, alimentando-se do alinhamento político-religioso.

O caso de Bolsonaro revela como tais notícias falsas conseguem penetrar rapidamente nos espaços eclesiais. O alinhamento entre lideranças religiosas e pessoas candidatas propõem-se a endossar narrativas que ressoam com as crenças

¹⁶¹ CUNHA, 2020, p. 14.

das comunidades religiosas, proporciona uma via eficaz para a propagação dessas informações manipuladoras. Quando lideranças religiosas se tornam também veículos propagadores de notícias falsas nos púlpitos, surge a necessidade premente de questionar se algumas igrejas não se transformaram em meros instrumentos de manipulação e obtenção de votos.

3.2.1 Presença de *fake news* em comunidades religiosas

A presença de *fake news* em comunidades religiosas, especialmente entre os evangélicos, destaca-se como uma preocupação acentuada, conforme indicado por pesquisas recentes.¹⁶² Este fenômeno reflete uma dinâmica única dentro deste segmento religioso, onde a disseminação de informações falsas pode afetar não apenas a coesão interna, mas também influenciar as percepções e atitudes em relação a questões sociais, políticas e até mesmo teológicas. Ao delimitarmos nosso foco às comunidades evangélicas, a análise torna-se mais específica, oferecendo *insights* sobre como *fake news* se entrelaçam com as identidades e valores desses grupos. Explorar essa interseção crítica entre desinformação e fé proporciona uma compreensão mais aprofundada dos desafios enfrentados pelas comunidades evangélicas na era da informação digital. Importante ainda é realçar que, embora o público evangélico seja a nossa delimitação, as demais denominações religiosas no contexto brasileiro não estão isentas da presença de *fake news* em seus meios.

A presença de *fake news* nas comunidades evangélicas desperta preocupações significativas, e sua análise ganha relevância ao considerarmos o histórico do grupo em utilizar os meios de comunicação como parte integrante de sua estratégia organizacional.¹⁶³ As mídias ocupam uma posição central no modo de vida evangélico, firmemente estabelecido no Brasil desde os anos 1980, ampliando a visibilidade desse grupo religioso no cenário público, fomentando interações entre evangélicos e outros grupos, sejam eles religiosos ou não.¹⁶⁴ Esse processo teve início com a marcante presença, nos meios de comunicação tradicionais, como o rádio

¹⁶² FONSECA, Alexandre Brasil; DIAS, Juliana (Coord.). **Caminhos da desinformação: evangélicos, Fake news e WhatsApp no Brasil**: Relatório de pesquisa. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto NUTES de Educação em Ciências e Saúde, 2021. p. 81.

¹⁶³ FONSECA; DIAS, 2021, p. 19.

¹⁶⁴ CUNHA, Magali. As marcas das mídias sociais no voto das mulheres evangélicas. **Debates do NER**, Porto Alegre, ano 22, n. 42, p. 95-106, 2023. p. 97.

e a TV, na década de 80, obtendo concessões públicas por meio da atuação das Bancadas Evangélicas desde 1987.¹⁶⁵ Assim, ao longo dos anos, a TV e o rádio têm desempenhado papéis cruciais na disseminação das mensagens evangélicas, proporcionando um alcance massivo para expressar suas convicções e isso foi potencializado ainda mais com a era digital.

As transformações experimentadas pelo segmento cristão evangélico foram ainda mais ampliadas pelas mídias digitais. Além da produção de impressos e da aquisição de espaços em rádios e na TV para pregar o Evangelho, as mídias digitais, proporcionaram a esse segmento religioso, uma visibilidade sem precedentes, além de novas práticas relacionadas à articulação, socialidade e formação de comunidades.¹⁶⁶ Algumas pessoas autoras, como Elisabeth Drescher, enxergam esta nova relação entre igrejas e mídias como uma “Reforma Digital”, que, diferente das reformas anteriores da igreja, é impulsionada não tanto por teologias, dogmas e políticas, mas pelas práticas espirituais digitalmente aprimoradas de pessoas comuns, com acesso global umas às outras e a todo tipo de conhecimento religioso anteriormente disponível apenas para pessoas clérigas, acadêmicas e outras especialistas religiosas.¹⁶⁷

Nesta realidade, a interação com as tecnologias de comunicação pelo grupo evangélico não só passa a receber uma ampla variedade de conteúdos, mas também existe uma produção de conteúdo próprio, explorando novos encontros, debates e vivências.¹⁶⁸ A disseminação de aplicativos de mensagens no Brasil, como o *WhatsApp*, não apenas possibilitou uma comunicação ágil, rápida e econômica além de uma expressão mais intensa de sociedade, mas também trouxe uma expansão da comunidade de fé, representando uma nova forma de estar na igreja.¹⁶⁹ Através do *WhatsApp*, os fiéis participam de diversos grupos, sejam de oração, estudo, compartilhamento de informações diversas e atividades comunitárias, servindo como um meio para orientação pastoral tanto individual quanto coletiva.¹⁷⁰ Porém, nem sempre os conteúdos que circulam por esses grupos, têm fundamento, visto que,

¹⁶⁵ CUNHA, Magali. **Do púlpito às mídias sociais**: Evangélicos na política e ativismo digital. Curitiba: Appris, 2019. p. 49.

¹⁶⁶ CUNHA, 2023, p. 97.

¹⁶⁷ DRESCHER, Elizabeth. **Tweet If You Heart Jesus**: Practicing Church in the Digital Reformation. Morehouse Publishing, 2011. p. XVIII.

¹⁶⁸ CUNHA, 2023, p. 97.

¹⁶⁹ CUNHA, 2023, p. 97.

¹⁷⁰ CUNHA, 2023, p. 97.

esses espaços digitais acabam criando “autoridades religiosas”: personagens midiáticos, influenciadores e influenciadoras digitais (pastores, pastoras, cantores e cantoras gospel, *youtubers*, *podcasters*) que se tornam referências em conteúdo e em comportamento para muitas pessoas.¹⁷¹ Neste contexto foi possível notar o quanto a circulação de *fake news* teve influência nos últimos anos.

Principalmente a partir do processo eleitoral brasileiro de 2018, foi possível identificar sites e canais religiosos como um dos principais canais de propagação de *fake news*.¹⁷²

Dentre os canais religiosos, destacamos os diversos grupos de *WhatsApp* por onde foi perceptível a circulação de desinformação, como apontou uma pesquisa conduzida pelo Instituto Nutes de Educação em Ciências e Saúde da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). No período de 2019 a 2020, a pesquisa conduzida pelo referido Instituto, teve como objetivo investigar a disseminação de notícias falsas no meio evangélico por meio do aplicativo *WhatsApp*. Denominado “Calminhos da desinformação: evangélicos, *fake news* e *WhatsApp* no Brasil”, o estudo, sob a coordenação do sociólogo Alexandre Brasil Fonseca, envolveu a aplicação de 1.650 questionários em congregações das igrejas Batista e Assembleia de Deus no Rio de Janeiro e em Recife. A escolha das igrejas e cidades baseou-se na maior concentração de evangélicos, conforme o Censo de 2010 e, além dos questionários, foram realizados grupos de diálogo sobre o tema juntamente com a aplicação de formulários online, preenchidos por indivíduos de diversas religiões e por pessoas sem filiação religiosa em todo o país, para fins de comparação.¹⁷³

A pesquisa revelou que

49% dos evangélicos afirmaram terem recebido mensagens com conteúdo falso ou enganoso em grupos relacionados à sua religião. Isso representa que praticamente a metade dos evangélicos já recebeu notícias falsas que foram enviadas em grupos de sua comunidade de fé. O intenso uso de grupos de *WhatsApp* entre evangélicos, parece explicar a presença de maior percepção da circulação de desinformação por parte de pessoa desse segmento.¹⁷⁴

Entre os temas, observou-se que a disseminação de informações falsas relacionadas à política foi identificada por 61,9% das pessoas como uma temática

¹⁷¹ CUNHA, 2023, p. 98.

¹⁷² FONSECA; DIAS, 2021, p. 19.

¹⁷³ FONSECA; DIAS, 2021, p. 7.

¹⁷⁴ FONSECA; DIAS, 2021, p. 14.

recorrente e, em segundo lugar, destacam-se as notícias falsas sobre religião.¹⁷⁵ Essas *fake news*, chegam aos usuários principalmente no formato de “memes”, uma característica distintiva desse tipo de comunicação através de aplicativos de mensagens e mídias sociais. Em seguida, em um nível significativo também, estão as mensagens de textos, fotos e vídeos. Esses representam os principais formatos do conteúdo veiculado.¹⁷⁶

Outro elemento importante em relação a presença de *fake news* no contexto religioso, se relaciona com o papel da confiança entre as pessoas, principalmente em relação a posicionamentos públicos sobre assuntos em debates nas mídias sociais e nos meios de comunicação.¹⁷⁷ A confiança desempenha um papel crucial na formação de opiniões e na aceitação de informações, especialmente quando provêm de fontes consideradas confiáveis dentro das comunidades religiosas. No contexto das comunidades evangélicas, a confiança muitas vezes está associada a líderes religiosos, influenciadores digitais e figuras midiáticas que conquistaram a estima e a devoção dos fiéis. Quando então essas figuras compartilham informações, opiniões ou notícias, elas são mais propensas a serem aceitas acriticamente por parte dos membros da comunidade, criando um ambiente propício para a propagação de *fake news*.

Essa dinâmica de confiança pode levar à desconsideração de perspectivas divergentes e ao desestímulo do diálogo construtivo. Opiniões ou informações que contradizem as crenças ou posicionamentos dessas figuras confiáveis tendem a ser desacreditadas, promovendo assim a polarização de ideias e o fortalecimento de bolhas informativas dentro das comunidades evangélicas.¹⁷⁸ Além disso, a questão do analfabetismo digital é outro fator relevante nesse cenário. A falta de habilidade para avaliar criticamente informações online, discernir fontes confiáveis e compreender as nuances das mídias digitais contribui para a vulnerabilidade das pessoas membros das comunidades evangélicas à desinformação. Esse analfabetismo digital pode ser agravado pela falta de acesso à educação digital e à alfabetização midiática, especialmente entre aquelas e aqueles que confiam

¹⁷⁵ FONSECA; DIAS, 2021, p. 53.

¹⁷⁶ FONSECA; DIAS, 2021, p. 40.

¹⁷⁷ FONSECA; DIAS, 2021, p. 71.

¹⁷⁸ FONSECA; DIAS, 2021, p. 71.

excessivamente em determinadas fontes sem questionar a veracidade das informações recebidas.

Entre diversos outros elementos, a ação de algoritmos, nas plataformas digitais, desempenha um papel importante na disseminação seletiva de conteúdo que agrava ainda mais a situação. Algoritmos frequentemente expõem os usuários a informações que confirmam suas visões preexistentes, contribuindo para a reafirmação de crenças e a polarização.¹⁷⁹ Grupos e pessoas que atuam de forma intencional e organizada em um sistema desinformativo se aproveitam desses algoritmos para amplificar a disseminação de *fake news*, direcionando-as especificamente para públicos suscetíveis.

A dinâmica que permeia toda essa propagação de *fake news* no cenário religioso brasileiro pode ser ilustrado de várias maneiras. Certamente, um dos mais expressivos casos de *fake news* nesse contexto, é a chamada “ideologia de gênero”. Esse conceito tem origem no ambiente católico e é adotado por diversos grupos evangélicos. Ele, depreciativamente, aborda a categoria “gênero” e as ações voltadas para a justiça e gênero, associando-as ao termo “ideologia” com uma conotação banalizada de “ideia manipuladora, que cria ilusões”.¹⁸⁰ Sob essa perspectiva, a ideologia de gênero é apresentada como uma suposta tática marxista empregada por grupos de esquerda, visando a destruição da família tradicional brasileira.¹⁸¹

Este discurso também foi utilizado com frequência por Jair Bolsonaro, que fazia uso do conceito para criticar governos de esquerda e políticas educacionais que, em sua visão, desviam da concepção tradicional cristã de família, composta por um homem e uma mulher.¹⁸² Esse discurso ganhou notoriedade em 2018, impulsionado por uma *fake news* amplamente divulgada pelo então candidato à presidência quando durante uma entrevista ao Jornal Nacional, em 28 de agosto de 2018, o candidato apresentou o livro “Aparelho Sexual e Cia”, da Editora Companhia das Letras, afirmando categoricamente que a obra fazia parte do material pejorativamente denominado por ele como “kit gay”. Segundo as alegações, esse suposto kit teria sido

¹⁷⁹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 71.

¹⁸⁰ CUNHA, Magali; DAÉBS, Bianca; SANTANA, Tarcilo. *Fake news nas igrejas: uma epidemia a ser curada. Le Monde Diplomatique*. São Paulo, 16 maio. 2022. n.p.

¹⁸¹ CUNHA; DAÉBS; SANTANA, 2022, n.p.

¹⁸² SIPAÚBA, Alynne; DOMIN, Mariana; FARIAS, Marina; ROCHA, Raquel. O Presidente do Brasil e a falaciosa ideologia de gênero. *Bareia: informações e checagem de notícias*. 25 maio. 2020. n.p.

distribuído em escolas públicas pelo Ministro da Educação durante o período em que Fernando Haddad ocupava o cargo do ministério.¹⁸³

No entanto, é crucial esclarecer que o livro nunca fez parte de nenhum kit e não foi adquirido pelo MEC para distribuição nas escolas públicas, mas, mesmo assim, uma pesquisa realizada pela IDEIA Big Data/Avaaz revelou que 84% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram na existência do kit gay, mesmo após esclarecimentos e evidências de que o material era falso, conforme verificado pelo Coletivo Bereia.¹⁸⁴

É inegável que qualquer abordagem que envolva os temas “sexo” e “sexualidade” desperta o imaginário de vários grupos religiosos, e, agregando ainda o recente ressurgimento do antigo temor ao comunismo e marxismo, pode-se perceber que, devido à falta de conhecimento sobre as teorias de Karl Marx, muitas pessoas passam a acreditar nas assertivas de seus companheiros e companheiras de fé, que propagam a ideia de novas técnicas de manipulação mental desenvolvidas pelo “marxismo cultural”.¹⁸⁵

Não foi por acaso que esse tema ocupou considerável espaço nas campanhas eleitorais de 2018 e nos anos seguintes no Brasil, com uma ampla circulação de notícias falsas direcionadas contra as candidaturas de esquerda, que têm como práticas a defesa dos direitos de gênero. Esse tema, se junta a outros que têm sido amplamente disseminados nas mídias sociais das comunidades de fé, como a “cristofobia”, uma suposta perseguição religiosa contra pessoas cristãs no Brasil e o perigo comunista, relacionado a uma suposta ameaça vermelha à nação.¹⁸⁶

Diante dessa análise sobre a presença de *fake news* nas comunidades religiosas, especialmente entre os evangélicos, emerge um panorama complexo e multifacetado. A disseminação de informações falsas não apenas se revela como uma preocupação acentuada, mas também como um fenômeno que transcende os limites internos dessas comunidades, moldando percepções e atitudes em diversos aspectos sociais, políticos e teológicos. Ao focalizar as comunidades evangélicas, é possível perceber a interseção crítica entre desinformação e fé, proporcionando uma compreensão mais aprofundada dos desafios enfrentados por esses grupos na era

¹⁸³ SIPAÚBA; DOMIN; FARIAS; ROCHA, 2020, n.p.

¹⁸⁴ SIPAÚBA; DOMIN; FARIAS; ROCHA, 2020, n.p.

¹⁸⁵ CUNHA; DAÉBS; SANTANA, 2022, n.p.

¹⁸⁶ CUNHA; DAÉBS; SANTANA, 2022, n.p.

digital. As transformações experimentadas por esse segmento, desde a sua marcante presença nos meios de comunicação tradicionais até sua expansão nas mídias digitais, destacam a relevância do papel das tecnologias de comunicação nesse contexto.

A pesquisa conduzida sobre a disseminação de notícias falsas no meio evangélico, especialmente por meio do *WhatsApp*, revela a magnitude do desafio. A significativa porcentagem de evangélicos que afirmam ter recebido informações falsas em grupos relacionados à sua religião, aponta para a vulnerabilidade desse grupo à desinformação, em parte devido à dinâmica de confiança estabelecida com lideranças religiosas e figuras midiáticas.

Em conclusão, a presença de *fake news* em comunidades religiosas representa não apenas uma ameaça à veracidade das informações, mas também um desafio para a coesão interna e o diálogo construtivo. A compreensão desses fenômenos é essencial para desenvolver estratégias educacionais e de conscientização, promovendo uma cultura digital mais crítica e responsável dentro das comunidades religiosas e, por extensão, na sociedade como um todo.

3.2.2 Motivações por trás da disseminação de *fake news* em ambientes religiosos

Após explorarmos a presença preocupante de notícias falsas em comunidades de fé, adentramos agora as raízes profundas que nutrem a propagação dessas narrativas distorcidas. Este enfoque busca entender os impulsos subjacentes que levam indivíduos a manipular a verdade no contexto religioso, desvendando interesses, motivações, dinâmicas sociais e impulsos psicológicos que alimentam esse fenômeno. Ao abordar os motivos por trás da disseminação de *fake news*, buscamos compreender não apenas a mecânica da desinformação, mas também os desafios intrínsecos à preservação da verdade em ambientes onde a fé e a crença desempenham papéis fundamentais na existência cotidiana.

Tomamos como base a já citada pesquisa realizada pelo Instituto Nutes de Educação em Ciências e Saúde, que, entre outros pontos, visou desvendar os intrincados processos de troca de informações em comunidades organizadas, onde se destacavam vínculos comunitários tanto no mundo presencial quanto online, e em especial, as motivações presentes nas interações diárias para encaminhar, ou não,

conteúdos suspeitos.¹⁸⁷ No decorrer do estudo, uma descoberta intrigante revelou que 29,7% das pessoas que participaram da pesquisa, admitiram compartilhar notícias falsas em diferentes circunstâncias.¹⁸⁸ Divididos em quatro grupos distintos, essas pessoas compartilhadoras variam desde aquelas que sabiam que a informações era falsa, mas concordavam com a abordagem (8,1%), até as que compartilhavam devido a relevância do tema e a necessidade de ele ser reconhecido (11,1%).¹⁸⁹

Nesse universo digital, onde o compartilhamento de informações molda significativamente as percepções coletivas, este estudo explorou minuciosamente os processos de troca de informações mediados pelo *WhatsApp* em comunidades de fé, identificando um uso intenso de grupos de *WhatsApp* entre evangélicos, sinalizando uma possível explicação para a maior percepção da circulação de desinformação dentro desse segmento. Esse fenômeno foi particularmente observado entre pessoas evangélicas de nível superior, os quais identificaram mais o recebimento de *fake news* em grupos ligados à sua religião em comparação com outras pessoas participantes da pesquisa.¹⁹⁰

Uma análise mais específica que pode facilitar o entendimento do porquê de muitas lideranças religiosas terem sido peças fundamentais nos últimos processos eleitorais, ficou visível nas respostas obtidas para a pergunta “O que te motiva a compartilhar um conteúdo pelo WhatsApp?”, onde se destaca a opção “A alta credibilidade ou confiança que tenho no autor e/ou na fonte da informação”, selecionada por 24% das pessoas participantes.¹⁹¹ A pesquisa também revelou que, para 33,3% das pessoas entrevistadas, a busca por informações com pessoas conhecidas supera a consulta a grandes veículos de comunicação ou mesmo a pesquisa na internet, o que destaca a preferências por fontes interpessoais, evidenciando a importância da confiança na relação de quem compartilha a informação e quem a recebe, independentemente de sua veracidade.¹⁹² Isso evidencia que a imagem do emissor exerce influência significativa sobre a decisão de compartilhar ou não conteúdo online.

¹⁸⁷ FONSECA; DIAS, 2021, p. 6.

¹⁸⁸ FONSECA; DIAS, 2021, p. 12.

¹⁸⁹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 61-62.

¹⁹⁰ FONSECA; DIAS, 2021, p. 8.

¹⁹¹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 50.

¹⁹² FONSECA; DIAS, 2021, p. 8.

Além disso, há um outro fenômeno em que a adesão a um grupo e a confiança nele muitas vezes superam a relevância ou veracidade do conteúdo compartilhado.¹⁹³ Da mesma forma, é fundamental abordar a influência não só das lideranças religiosas, mas também das pessoas membras ativas em comunidades de fé no contexto da disseminação de desinformações. Embora muitas lideranças religiosas desempenhem um papel vital na promoção de valores éticos e morais, é importante reconhecer que nem sempre estão isentos de contribuir para a disseminação de *fake news*. Em algumas instâncias, pessoas manifestamente cristãs ou entidades religiosas têm sido responsáveis por divulgar desinformações, usando sua afiliação religiosa como uma suposta garantia de veracidade, baseado no pressuposto de que uma pessoa vinculada a uma religião cristão não propague mentiras e é boa em sua natureza e essência.¹⁹⁴ Em suma “as pessoas tendem a acreditar que, por se tratar de conteúdo religioso ou pela informação ser propagada com o aval de alguma organização religiosa, ela é verdadeira.”¹⁹⁵

Essa confiança depositada nas instituições religiosas, assim como nas instituições estatais, é explicada por alguns autores como decorrente do fato de que a sociedade brasileira se estruturou, em grande parte, a partir da influência da religião, especialmente a católica. Essa confiança permanece enraizada no campo cultural, sustentando a tradição e os valores morais religiosos na esfera social. Portanto, é ressaltado que:

A cena democrática continua sendo responsável por uma abertura que permite o diálogo, pois viabiliza espaços para atores (tanto políticos como religiosos) e discursos que, junto ao Estado, suscitam a religião no palco das decisões. O interesse que o Estado tem pela religião existe em decorrência de sua força de legitimação do discurso, do poder da fé que movimenta massas e conquista votos, do caráter aglutinador e de articulação estratégica e do perfil transformador da esfera social.¹⁹⁶

Em outras palavras, pode se dizer que a religião ainda exerce uma influência significativas na legitimação popular, pois mantém no imaginário coletivo a ideia de possuir respostas para incertezas e desafios enfrentados pela população brasileira. A

¹⁹³ FONSECA; DIAS, 2021, p. 50.

¹⁹⁴ SATORI, Alana Taíse Castro; HAHN, Noli Bernardo. Os impactos das *Fake news* religiosas na democracia brasileira contemporânea. **Revista Ilustração**, v. 1, n. 1, p. 87-97, 2020. p. 93.

¹⁹⁵ SATORI; HAHN, 2020, p. 94.

¹⁹⁶ GABATZ, Celso. Democracia, religião e política: os paradoxos entram a esfera pública e privada. **Revista Identidade!**. São Leopoldo, v. 25, n. 01, p. 19-32, jan./jun. 2020. p. 29.

persistente crença de que a religião detém verdades universais fortalece a probabilidade de as informações relacionadas à fé serem aceitas como verdadeiras pelos cidadãos e cidadãs quando propagadas, seja em termos de conteúdo ou fonte.¹⁹⁷

Em seguimento, outros resultados da pesquisa realizada pelo Instituto Nutes de educação em Ciências e Saúde, fornecem ainda valiosos *insights* sobre as interações e percepções dos indivíduos diante da desinformação. Inicialmente, ao analisar a experiência da circulação de *fake news*, destaca-se que aproximadamente 36,5% dos casos envolvem a retratação por parte da pessoa que enviou notícia falsa, indicando uma consciência dos impactos negativos dessa prática. Além disso, cerca de 34,6% das pessoas que participaram da pesquisa relatam denúncias seguidas de retratação, evidenciando uma tentativa de corrigir a disseminação de conteúdo falso.¹⁹⁸ Contudo, é preocupante que 32,8% das pessoas entrevistadas afirmem não saber “o que ocorre diante da presença de notícias falsas em suas comunicações”¹⁹⁹ sugerindo uma lacuna de consciência em uma parcela significativa da amostra.

Em um primeiro momento, existiu a hipótese de que essa lacuna de consciência poderia estar relacionada a escolaridade e renda, o que explicaria uma propensão ao compartilhamento de *fake news*, porém, os resultados surpreenderam. Contrariando a hipótese inicial, não se observa uma redução significativa no compartilhamento entre as pessoas com maior escolaridade e renda, como mencionando anteriormente. Apesar de essas características estarem comumente associadas a um maior cuidado na verificação de notícias, a pesquisa destaca que tal cuidado não se traduz necessariamente em um comportamento menos propenso ao envio de conteúdo falso.²⁰⁰ Curiosamente, os dados revelam que indivíduos com um perfil não necessariamente vinculado a tradições religiosas específicas, mas caracterizados por menor escolaridade e renda, tendem a se comportar como usuários mais ocasionais, apresentando uma idade mais avançada e demonstrado menos preocupação com as implicações da desinformação.²⁰¹ Esses resultados, elucidados em diferentes trechos do estudo, apontam para a complexidade nas

¹⁹⁷ SATORI; HAHN, 2020, p. 94.

¹⁹⁸ FONSECA; DIAS, 2021, p. 57.

¹⁹⁹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 57.

²⁰⁰ FONSECA; DIAS, 2021, p. 20.

²⁰¹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 57.

motivações por trás do compartilhamento de *fake news*, destacando que fatores socioeconômicos podem desempenhar um papel crucial, mesmo quando se consideram variáveis como escolaridade e renda. Além disso, esses resultados também possibilitaram criar, analisar e comparar perfis de usuários, em dois grupos distintos: os “usuários habilidosos” e o “usuários néscios”.²⁰²

Usuários Habilidadeosos – Reúne pessoas que possuem uso intenso do WhatsApp, possuem capacidade técnica, possuem renda e escolaridade mais altas e são mais jovens. Demonstram uma percepção sobre o problema da desinformação e expressam possuir habilidades para criar e compartilhar conteúdos, além de administrar perfis nas mídias sociais, com alta frequência. Possuem diferentes estratégias para a checagem de notícias.²⁰³

Já os usuários Néscios,

Afirmam em mais oportunidades serem indiferentes ou não saberem se compartilharam ou não mensagens com conteúdos falsos ou enganosos. Tendem a confiar mais em pessoas e, no caso dos evangélicos, mais ainda particularmente em lideranças religiosas. Parecem não se importar, ou, não dão valor a circulação de conteúdo falsos e enganosos pela Internet. Reconhecem ter menos capacidade técnica e o perfil destes, em comparação com o usuário habilidoso, é de afirmarem ter um uso menos intenso do WhatsApp, possuírem maior idade e menores renda e escolaridade.²⁰⁴

Vale ressaltar que o primeiro grupo, representado por aproximadamente 30% da amostra, reconhece compartilhar *fake news*, mas possui habilidades técnicas, maior renda, escolaridade e uma postura mais ativa nas redes sociais, e, a expectativa era de que esses usuários habilidosos compartilhassem menos *fake news*, o que não se confirma, indicando uma complexidade na relação entre competência técnica e comportamento.²⁰⁵

A partir dessas análises, é possível relacionar os resultados com a fundamentação teórica proposta por Paulo Freire, em diálogo com Álvaro Vieira Pinto, que auxiliará na compreensão do fenômeno. Freire distingue três tipos de consciência: intransitiva, transitiva ingênua e transitiva crítica. A consciência intransitiva caracteriza-se por comportamentos “vegetativos” e falta de percepção das ações adotadas.²⁰⁶ A transitividade ingênua, por sua vez, é marcada por interpretação

²⁰² FONSECA; DIAS, 2021, p. 21-22.

²⁰³ FONSECA; DIAS, 2021, p. 24.

²⁰⁴ FONSECA; DIAS, 2021, p. 24.

²⁰⁵ FONSECA; DIAS, 2021, p. 22.

²⁰⁶ FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. 16. ed. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1985. p. 58.

simplista, tendência ao gregarismo e resistência à investigação.²⁰⁷ Já a transitividade crítica, envolve uma interpretação profunda dos problemas, substituição de explicações mágicas por princípios causais e prática do diálogo.²⁰⁸

Diante dessa estrutura conceitual, sugere-se associar os usuários habilidosos à consciência transitiva, pois, embora reconheçam compartilhar desinformação, possuem uma capacidade mais aguçada do problema e realizam verificações frequentes.²⁰⁹ Em contrapartida, os usuários néscios, que se mostram indiferentes e confiantes em lideranças religiosas, assemelham-se à consciência intransitiva, caracterizada pela falta de discernimento e limitações na esfera de apreensão.²¹⁰ O perfil similar à transitividade crítica, não foi identificado, pois, teria como característica um grupo específico que não compartilharia *fake news*.²¹¹

Com as análises até aqui apresentadas sobre a disseminação de *fake news* em ambientes religiosos, é possível extrair conclusões cruciais que abordam não apenas características dos usuários envolvidos, mas também as nuances intrincadas desse fenômeno. A compreensão das motivações por trás do compartilhamento de informações falsas em contextos religiosos revela uma interseção complexa entre fatores individuais, sociais e tecnológico. Os dados apontam que uma conscientização sobre a desinformação não se traduz automaticamente em comportamentos mais responsáveis, e, surpreendentemente, mesmo entre aquelas pessoas com maior escolaridade e renda, não foi possível observar uma redução significativa no compartilhamento de *fake news*, indicando que o problema vai além da simples correlação entre níveis educacionais e práticas informacionais. Esse achado aponta para o desafio das concepções e destaca a necessidade de estratégias educativas mais eficazes que transcendam as barreiras socioeconômicas.

Os perfis indicados, como os usuários habilidosos e os usuários néscios, adicionam camadas de complexidade à análise, mas também são essenciais para identificar e entender as motivações para o compartilhamento de desinformação. A associação desses perfis com os conceitos propostos por Paulo Freire, especialmente os de consciência transitiva e intransitiva, fornece uma estrutura teórica valiosa para

²⁰⁷ FREIRE, 1985, p. 59.

²⁰⁸ FREIRE, 1985, p. 60.

²⁰⁹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 23-24.

²¹⁰ FONSECA; DIAS, 2021, p. 22.

²¹¹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 24.

entender as diferentes abordagens dos usuários em relação à desinformação. Essa contextualização teórica amplia a compreensão sobre as diferentes nuances de consciência e os desafios à promoção de uma cultura de informação mais crítica. Também a relação entre religiosidade e a propensão ao compartilhamento de *fake news* destaca-se como uma área de investigação crucial. A confiança em lideranças religiosas, observada entre os usuários néscios sugere uma dinâmica especial nesses ambientes, onde as crenças e a autoridade espiritual podem influenciar significativamente as atitudes em relação à informação, o que ressalta a importância de abordagens educativas que considerem o papel das instituições religiosas na formação da consciência informativa de fiéis. Dessa forma

A expansão da produção do compartilhamento de notícias falsas, desinformação, discursos de ódio e intolerância trouxe um processo de transformação social que precisa ser refletido e debatido com a participação dos mais diversos setores da sociedade preocupados com os efeitos e impactos desse fenômeno na ordem democrática.²¹²

Diante desse cenário, a conclusão parcial desta etapa aponta para a urgência de intervenções educativas que transcendam abordagens meramente técnicas. A proposta de incorporar a conscientização, conforme delineado por Paulo Freire, destaca a necessidade de desenvolver usuários críticos por meio de processos político-pedagógicos.²¹³ Por fim, a disseminação de *fake news* em ambientes religiosos representa um desafio multifacetado que exige uma abordagem holística. A conscientização, aliada à promoção de uma cultura informacional crítica, emerge como a via para transformar não apenas o comportamento individual, mas também as estruturas que perpetuam a desinformação. Nesse sentido, é importante ressaltar a necessidade de construir sociedades mais resilientes, capazes de discernir entre informações verdadeiras e falsas, e de resistir aos impactos deletérios da desinformação em seus diversos contextos.

3.2.3 Impacto de *fake news* nas comunidades religiosas

Anteriormente, exploramos, de maneira aprofundada a presença cada vez mais prevalente de *fake news* e as complexas motivações que impulsionam a

²¹² SEGURADO, 2021, p. 99.

²¹³ FONSECA; DIAS, 2021, p. 24.

disseminação desses conteúdos falsos em ambientes religiosos. Agora, voltamos nossa atenção para mais um cenário específico e sensível: o impacto de *fake news* em comunidades religiosas. Em um mundo digital interconectado, as redes sociais e os meios de comunicação tornaram-se campos de batalha para a disseminação de informações, muitas vezes duvidosas, cujas repercussões são sentidas de maneira mais intensa dentro desses grupos. O papel da confiança interpessoal, as dinâmicas de relacionamento nas redes sociais e a percepção das comunidades religiosas em face à desinformação são aspectos fundamentais que delineiam esse desafio crescente. Nessa seção, exploraremos as implicações dessas questões, considerando não apenas os riscos envolvidos, mas também as oportunidades para o fortalecimento do diálogo, da educação digital e da resiliência frente à desinformação.

Como visto, a crescente disseminação de informações falsas, amplamente reconhecidas sob o termo *fake news*, constitui, atualmente, um fenômeno de grande preocupação nas plataformas de mídias sociais e nos diversos meios de comunicação. Esse fenômeno, quando tem seu impacto específico analisado nas comunidades religiosas, revela-se como uma questão de grande relevância e complexidade. Um aspecto central nesse contexto é o papel fundamental desempenhado pela confiança interpessoal, uma dinâmica que exerce uma influência direta e significativa na maneira como os membros dessas comunidades enfrentam opiniões divergentes daquelas propagadas por indivíduos em quem depositam confiança ou que têm em alta estima.²¹⁴ Esta dimensão da confiança torna-se, assim, um elemento crucial a ser explorado e compreendido, uma vez que molda a percepção e a resposta das pessoas diante das narrativas falsas que permeiam os canais de informação.

Além da participação ativa em grupos digitais vinculados a igrejas, em especial, no *WhatsApp*, é relevante destacar que, segundo a pesquisa conduzida pelo ISER, a maioria das pessoas entrevistadas revelou obter informações sobre política em grupos familiares.²¹⁵ Tanto a igreja quanto a família emergem como ambientes de confiança identificados na pesquisa NUTES/UFRJ, assumindo assim, um papel crucial na circulação de informações. Porém, paradoxalmente, essa confiança depositada

²¹⁴ FONSECA; DIAS, 2021, p. 8.

²¹⁵ CUNHA, 2023, p. 101.

nesses espaços de interação também os torna propensos a uma maior circulação de desinformação, apresentando uma complexidade adicional no cenário da disseminação de *fake news*.²¹⁶ Com isso, a adesão e o pertencimento a um grupo são frequentemente moldados pelo posicionamento em relação a valores e aspectos morais, uma dinâmica que impacta diretamente a valorização atribuída a conteúdos e informações. Nesse contexto, observa-se uma mudança paradigmática em que a centralidade é deslocada dos conteúdos em si para elementos fundamentais como confiança e participação em grupos de referência, que são compostos por indivíduos que compartilham informações provenientes das mesmas fontes e atuam de maneira colaborativa, tornam-se pilares essenciais na construção da percepção e tomada de decisões dentro dessas comunidades.²¹⁷

Se por um lado, pode-se perceber a complexidade e a influência da confiança interpessoal e as dinâmicas de relacionamento nas redes sociais, por outro lado, existe um impacto significativo de *fake news* em comunidades religiosas que resulta em conflitos e rupturas. A já referida pesquisa empírica revela que 21,7% do público evangélico enfrentaram consequências adversas, influenciando discussões e divisões dentro de suas comunidades, devido à circulação de mentiras.²¹⁸ Surpreendentemente, *fake news* políticas não são as maiores responsáveis pelas rupturas. As que se destacam são conteúdos relacionados a nudez, seguidas por conteúdos violentos, divergências políticas e, em último lugar, divergências religiosas, o que mostra que a desinformação pode se infiltrar em diversas formas nas plataformas digitais.²¹⁹

O contraste entre as duas perspectivas indica uma tensão entre a confiança interpessoal discutida no primeiro momento e as repercussões negativas evidenciadas em seguida. Enquanto por um lado, destaca-se a confiança como um fator moldador na percepção e resposta das pessoas às informações duvidosas, por outro, isto aponta para uma confiança cega que pode resultar não apenas na disseminação de desinformação, mas também em conflitos e fragmentações dentro de comunidades religiosas.

²¹⁶ CUNHA, 2023, p. 101.

²¹⁷ FONSECA; DIAS, 2021, p. 8.

²¹⁸ FONSECA; DIAS, 2021, p. 15.

²¹⁹ FONSECA; DIAS, 2021, p. 43.

Em consonância com essa análise, na era das redes sociais, é possível observar que as pessoas se encontram encapsuladas em multidões que se espelham e se reafirmam, formando aquilo que é conhecido como “bolhas” nas redes sociais.²²⁰ Essas bolhas digitais são caracterizadas pela sua impermeabilidade ao dissenso, constituindo-se como espaços nos quais as informações circulam predominantemente entre indivíduos que compartilham perspectivas semelhantes. Este fenômeno é particularmente relevante nas comunidades religiosas digitais, onde a confiança cega em lideranças e pessoas membras do grupo pode gerar e blindar ainda mais bolhas digitais, coesas e homogêneas. Assim, quando se tem, ao seu redor, apenas grupos que compartilham das mesmas ideias, e foi isso que aconteceu nos últimos processos eleitorais, têm-se a impressão de que muitas pessoas compartilham do mesmo pensamento, já que só se mantêm contato com essas pessoas e cortam-se relações com quem pensa diferente e, a era digital potencializou ainda mais esse fenômeno através de algoritmos.

A era digital, que outrora era vista como construtora de pontes entre as pessoas, agora foi corresponsável por construir muros em formas de bolhas. Um exemplo simples de como os algoritmos funcionam é quando pesquisamos algum item que queremos comprar no Google e, logo em seguida, quando navegamos em outras páginas ou redes sociais, começam aparecer propagandas desse produto que pesquisamos. A inteligência artificial, presente no *Facebook*, por exemplo, consegue gerenciar as publicações que aparecem no feed conforme os interesses da pessoa.²²¹ Tornando, assim, possível processar, com assertividade, os conteúdos relevantes e buscar conteúdos que provavelmente serão de interesse de cada pessoa.

De semelhante modo, essa tecnologia também é eficaz quanto a divulgação de conteúdos falsos. De forma automatizada e com más intenções, é possível direcionar conteúdos específicos para um público que tem maior tendências a absorver e passar adiante o conteúdo recebido.²²² Esses algoritmos presentes, principalmente, nas redes sociais, apenas reforçam a formação das bolhas,

²²⁰ BUCCI, 2019, p. 44-45.

²²¹ KAUFMAN, Dora. A inteligência artificial mediando a comunicação: impactos da automação. In: BARBOSA, Mariana (Org). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p.49-58, 2019. p. 50.

²²² KAUFMAN, 2019, p. 50.

alimentando a homogeneização das redes sociais, mantendo os círculos sociais fechados para qualquer pessoa que pense diferente.²²³

A capacidade de segmentação dos usuários está provocando impacto significativo na dinâmica de configuração da opinião pública, cada vez mais modulada e modelada a partir dos dispositivos informacionais com base em *machine learning* orientada em interesses econômicos e políticos.²²⁴

A era digital trouxe consigo não apenas desafios na esfera da disseminação de *fake news* e na formação de bolhas digitais em comunidades religiosas, mas também alterações significativas no controle tradicional que as igrejas exerciam sobre o sagrado e a doutrina. A abertura para a participação, possibilitando que qualquer pessoa manifeste livremente suas ideias e reflexões, tirou o controle dos conteúdos disseminados das mãos das lideranças religiosas. A facilidade de criar um blog ou ter uma conta em redes sociais populares democratizou o espaço para a livre manifestação, impactando diretamente a autoridade e o controle das igrejas sobre as narrativas religiosas.²²⁵

Por outro lado, essa abertura para a livre expressão também resultou na relativização de doutrinas e tradições teológicas, bem como na contestação da autoridade dos líderes religiosos clássicos, como pastores e pastoras, presidentes de igrejas e o próprio Papa. Nos espaços midiáticos digitais, as pessoas se sentem liberadas e encorajadas a expressar críticas e questionamentos que talvez nunca manifestariam face a face. Esse processo de desafiar afirmações confessionais contribui para o surgimento de novas autoridades religiosas nas mídias, como celebridades midiáticas, blogueiros, blogueiras e figuras públicas, que se tornam referências para o pensamento e a visão de mundo de muitas outras pessoas.²²⁶

Em síntese, a análise do impacto de *fake news* nas comunidades religiosas na era digital revela uma rede de influências, desafios e transformações. A confiança interpessoal, discutida inicialmente, emerge como uma motriz na disseminação de desinformação, moldando a percepção e resposta de pessoas membras de comunidades religiosas diante de narrativas falsas. Esta dinâmica, entrelaçada com a participação ativa em grupos digitais e a confiança depositada em líderes religiosos,

²²³ KAUFMAN, 2019, p. 52.

²²⁴ SEGURADO, 2021, p. 99.

²²⁵ CUNHA, 2019, p. 31.

²²⁶ CUNHA, 2019, p. 31-32.

cria uma teia complexa na qual a homogeneidade de pensamentos pode coexistir com a propagação de informações duvidosas. Além disso, essa formação de bolhas digitais, fomentada pelos algoritmos, acentua ainda mais a fragmentação dessas comunidades. Ao reforçar a coesão interna, os algoritmos contribuem para a construção de espaços digitais impermeáveis ao dissenso, onde a confiança cega é alimentada e a diversidade de pensamento é suprimida. Essa realidade é exacerbada pela era digital. A facilidade de manifestação livre, associada à relativização de doutrinas e a emergências de novas autoridades religiosas, reconfigura as dinâmicas tradicionais das igrejas, desafiando a autoridade de líderes clássicos e dando voz a uma multiplicidade de perspectivas.

Ao considerar também a influência de celebridades midiáticas e blogueiros na formação de referências religiosas, observa-se um cenário onde a tecnologia não apenas amplifica o alcance da palavra religiosa, mas também cria narrativas e autoridades que moldam ativamente o pensamento e a visão de mundo de fiéis. Esse fenômeno, no entanto, não está isento de desafios, como a disseminação facilitada de conteúdos falsos e a propensão a conflitos e rupturas dentro das comunidades religiosas.

3.3 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

A era digital, marcada pela expansão tecnológica e a onipresença da informação, tem reformulado substancialmente as dinâmicas e estruturas das comunidades religiosas. Este estudo lança luz sobre o impacto de *fake news* nesses contextos, reconhecendo a complexidade do fenômeno e delineando os desafios e as perspectivas emergentes. Destacando a confiança interpessoal como uma força motriz fundamental em comunidades religiosas, moldando a percepção e resposta dos indivíduos frente às narrativas falsas, a dinâmica dessa confiança, embora essencial para a coesão interna dessas comunidades, revela-se também como uma faceta vulnerável, suscetível à disseminação de informações duvidosas quando depositada em lideranças ou membros de suas comunidades. Tal complexidade é exacerbada pelo papel vital de espaços digitais, especialmente grupos em aplicativos como *WhatsApp*, onde a confiança é forjada e, paradoxalmente, se torna um veículo para a disseminação de desinformação.

A participação ativa em grupos digitais e a confiança depositada em ambientes como igrejas e grupos familiares, segundo as pesquisas analisadas, contribuem para a circulação de *fake news*. O paradoxo reside na dualidade desses espaços, que funcionam como fontes de confiança e, ao mesmo tempo, como terrenos férteis para a propagação de informações enganosas. Nesse contexto, a confiança assume uma função central na formação de identidade e pertencimento, mas quando mal direcionada, torna-se um vetor para a disseminação de *fake news*. As consequências dessa disseminação de *fake news* não são apenas internas, como evidenciado pelas rupturas e conflitos dentro das comunidades religiosas, mas também se estendem a âmbitos mais amplos da sociedade.

A formação de bolhas digitais, impermeáveis ao dissenso, emerge como outra dimensão crítica. O fenômeno das bolhas, amplificado por algoritmos em plataformas de redes sociais, contribui para a fragmentação dessas comunidades, reforçando a coesão interna enquanto suprime a diversidade de pensamento. Esse isolamento digital, alimentado pela confiança cega em lideranças e membros das comunidades de fé, cria espaços homogêneos onde as informações e desinformações circulam predominantemente entre indivíduos que compartilham perspectivas semelhantes. O desafio reside na capacidade dessas bolhas digitais de se tornarem câmeras de eco, perpetuando e amplificando visões de mundo sem proporcionar espaços para o diálogo ou a consideração de perspectivas divergentes.

Além disso, a era digital trouxe consigo alterações significativas no controle tradicional exercido pelas igrejas sobre o sagrado e a doutrina. A abertura para a participação, permitindo que qualquer pessoa manifeste livremente suas ideias, democratizou o espaço para a livre expressão, impactando diretamente a autoridade e o controle das igrejas sobre as narrativas religiosas. Esse fenômeno não apenas desafia a autoridade das lideranças religiosas tradicionais, mas também resulta a emergência do surgimento de novas. Essa descentralização da autoridade religiosa, embora contribua para uma maior pluralidade de vozes e perspectivas, também apresenta desafios consideráveis. A facilidade de criar um blog ou ter uma presença ativa em redes sociais populares possibilitou que uma gama diversificada de indivíduos se manifestasse, questionando doutrinas e tradições teológicas. Esse processo de desafios às afirmações confessionais tradicionais contribui para o

surgimento de novas autoridades religiosas nas mídias, como celebridades midiáticas, *influencers*, blogueiros e figuras públicas.

Em síntese, a análise do impacto de *fake news* nas comunidades religiosas na era digital, revela uma intrincada rede de influências, desafios e transformações. Ao considerar também a influência de personagens na formação de referências religiosas e políticas, observa-se um cenário onde a tecnologia não apenas amplifica o alcance da palavra religiosa, mas também cria narrativas que moldam ativamente o pensamento e a visão de mundo de fiéis. Esse fenômeno, no entanto, não está isento de desafios, como a disseminação facilitada de *fake news* e a propensão de conflitos e rupturas dentro de comunidades religiosas.

Num panorama mais amplo, a conclusão desta etapa destaca a urgência de abordagens multidisciplinares para enfrentar os desafios contemporâneos associados à disseminação de desinformação nas comunidades religiosas. A coexistência entre a confiança interpessoal, as bolhas digitais, as mudanças nas estruturas de poder religioso e a ascensão de novas autoridades desafia não apenas as comunidades, mas também a sociedade pós-moderna como um todo. Nesse contexto, é imperativo o fortalecimento do diálogo, da educação digital e da resiliência frente à desinformação, a fim de construir um terreno mais sólido para o convívio e a compreensão em um mundo cada vez mais conectado digitalmente.

4. CONSEQUÊNCIAS E MECANISMOS DE COMBATE ÀS *FAKE NEWS* NOS CONTEXTOS POLÍTICO E RELIGIOSO NO BRASIL

No presente capítulo, abordaremos as consequências das *fake news* no contexto político e religioso no Brasil nos últimos anos, especialmente a partir do período eleitoral de 2018. Essas consequências serão analisadas a fim de identificar quais as estratégias utilizadas, impactos e efeitos que estas causam na vida das pessoas brasileiras. Ainda, faremos a apreciação de casos e acontecimentos que exemplifica as situações apresentadas. Por fim, finalizamos o capítulo com uma breve consideração a respeito dos possíveis danos a curto e longo prazo, além de apresentar possíveis ferramentas que podem ser utilizadas no combate às *fake news*.

4.1 ANÁLISE DE CONSEQUÊNCIAS DAS *FAKE NEWS* NO CONTEXTO POLÍTICO BRASILEIRO

As eleições brasileiras de 2018 foram um marco na história recente do país, caracterizadas por uma intensa disputa ideológica entre a direita e a esquerda. O eleitorado brasileiro se mostrou fortemente polarizado, com um profundo sentimento de antipetismo que dominou as discussões públicas, especialmente nas redes sociais. A antiga rivalidade entre PSDB e PT foi superada pelo surgimento de um discurso de extrema-direita, refletindo uma tendência reacionária global, com foco em nacionalismo, moralismo religioso e políticas econômicas neoliberais.

Esse novo discurso ganhou força através de Jair Messias Bolsonaro, capitão reformado do exército e político veterano com 27 anos de experiência como deputado federal. Bolsonaro tornou-se conhecido por suas falas e declarações polêmicas, como por exemplo, quando diz que “o erro da ditadura foi torturar e não matar” ou quando fala em “fuzilar a petralhada aqui do Acre”, ou então, quando falou para a deputada Maria do Rosário que “eu jamais ia estuprar você porque você não merece”²²⁷, durante

²²⁷ Aponta-se aqui que há uma enorme discussão também a respeito de como *fake news* impactam negativamente e de maneira mais violenta as mulheres. Por uma questão de abrangência e tamanha amplitude do tema, não desenvolveremos o assunto na presente pesquisa, mas sugere-se: WISCH; SCHROEDER, 2024.

seu tempo como deputado ou candidato.²²⁸ Sua ascensão nas pesquisas de intenção de voto à Presidências ocorreu após o Tribunal Superior Eleitoral impugnar a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva, que foi substituído por Fernando Haddad, ex-prefeito de São Paulo.

Ainda durante a campanha, Bolsonaro sofreu um atentado em Juiz de Fora – MG, sendo esfaqueado e submetido a uma cirurgia de colostomia, o que o afastou das atividades de campanha nas ruas e dos debates televisivos por recomendação médica.²²⁹

Um aspecto significativo dessa eleição foi a mudança no marketing político. As redes sociais e a disseminação de notícias falsas se tornaram instrumentos essenciais de persuasão, reduzindo a importância da propaganda tradicional na televisão e no rádio. As *fake news* desempenharam um papel crucial, moldando a opinião do público e os resultados eleitorais de maneira inédita. Essa eleição também refletiu uma insatisfação generalizada com a corrupção e a crise econômica, fatores que impulsionaram o discurso de mudança encabeçado por Bolsonaro. E, a busca por renovação resultaram em uma eleição que redefiniu o cenário político do Brasil.

Para compreender melhor as consequências práticas das *fake news* no cenário político brasileiro, é importante analisar como a desinformação influenciou não apenas os resultados eleitorais de 2018, mas também a integridade do processo democrático. Por isso, exploraremos os impactos das *fake news* nas últimas eleições brasileiras, destacando como a prática prejudica a confiança nas instituições e a qualidade do debate público.

4.1.1 Estratégias de manipulação informativa na grande mídia: ocultação, fragmentação, inversão e indução

Para entendermos melhor como as *fake news* conseguem ter impacto significativo em processos eleitorais e democracias, podemos dividir este processo em três etapas: como as *fake news* conseguem minar a confiança nas instituições

²²⁸ CARTA Capital. **Bolsonaro em 25 frases polêmicas**. CartaCapital, 2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>. Acesso em 16 jun. 2024.

²²⁹ HONORO, Raquel; TV Globo. **Após avaliação médica, Bolsonaro desiste de participar do debate da Globo**. Globo.com, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/eleicoes/2018/noticia/2018/10/03/apos-avaliacao-medica-bolsonaro-desiste-de-participar-do-debate-da-globo.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2024.

democráticas e meios tradicionais de informação; como influencia no comportamento do eleitorado; e como altera o resultado eleitoral.

A perda de confiança nos meios tradicionais de comunicação também não é algo novo, nem resultado exclusivo da disseminação de *fake news*. Já no final dos anos 1980, existia uma desconfiança significativa em relação ao poder de manipulação da mídia tradicional. Esse ceticismo se deve a uma série de fatores históricos e sociais, que incluem a percepção de que grandes conglomerados midiáticos poderiam influenciar a opinião pública e moldar narrativas de acordo com interesses particulares.

As informações disseminadas em novelas, mídias sociais, jornais têm uma característica fundamental merecedora de análise: a significação de mundo construída pelos sujeitos que estão em contato com essas representações de mundo, mesmo fora de um ambiente acadêmico. Como negar a influência dessas mídias sobre as formações das identidades sociais, as tomadas de decisões, a resolução de problemas em várias esferas do cotidiano?²³⁰

Um dos episódios de manipulação informativa mais citados no jornalismo brasileiro é o último debate da eleição presidencial de 1989, realizado em 14 de dezembro por um *pool* de emissoras e veiculado de forma editada pela Rede Globo um dia depois. O confronto entre Fernando Collor de Mello e Luiz Inácio Lula da Silva foi a primeira escolha de presidente da República pelo voto popular após a redemocratização do país, marcada por uma campanha longa, acirrada e suja, com projetos políticos bem distintos, pavimentando a polarização num ambiente democrático ainda inseguro.²³¹

O debate aconteceu apenas três dias antes da votação em segundo turno, foi transmitida ao vivo e sem cortes, e durou mais de duas horas. Naquele momento, Lula estava apenas um ponto percentual abaixo de Collor nas intenções de voto²³², situação que aumentou ainda mais a importância do evento como um instrumento de tomada de decisão pelo eleitorado.

No dia 15 de dezembro, a Globo exibiu dois resumos do debate, um no Jornal Hoje e outro no Jornal Nacional. E, os dois momentos tiveram questionamentos:

²³⁰ CERIGATTO, 2018 *apud* WISCH; TESCH, 2023, p. 193.

²³¹ CHRISTOFOLETTI, Rogério. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: *Fake news* e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. **RuMoRes**, v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018. p. 58.

²³² CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto**: a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. p. 252.

A primeira por apresentar um equilíbrio que não houve, e a segunda por privilegiar o desempenho de Collor. Mas foi a segunda que provocou grande polêmica. A globo foi acusada de ter favorecido o candidato do PRN tanto na seleção dos momentos como no tempo dado a cada candidato, já que Fernando Collor teve um minuto e meio a mais que o adversário.²³³

A versão resumida do Jornal Nacional não apenas mostrou Collor por mais tempo, mas também trechos mais confiantes e positivos, dando uma clara impressão de que ele havia vencido o debate.²³⁴ A matéria causou indignação, e o PT recorreu ao Tribunal Superior Eleitoral pedindo direito de resposta, mas não foi atendido.²³⁵ Naquele final de semana, Collor foi eleito com 35 milhões, contra 31 milhões de votos, e, dadas as circunstâncias, ficou difícil não atribuir parte desse resultado à influência do debate editado.²³⁶ A própria emissora admitiu o dano causado à sua imagem pelo episódio e reconheceu ter sido um erro tratar um debate como uma partida de futebol onde são mostrados os melhores momentos.²³⁷

Com este exemplo, é possível definir manipulação de informações como um processo em que a notícia é tratada de forma tendenciosa, destacando apenas certos aspectos para favorecer determinados interesses. Geralmente, a manipulação ocorre quando há interferências de caráter político no jornalismo, visando atender interesses particulares em detrimento do interesse coletivo.²³⁸ Por extensão, manipular o noticiário significa controlar, coagir, sugerir e induzir comportamentos por meio da razão ou dos afetos, visando dominar indivíduos ou populações e orientar suas condutas. A manipulação, assim, funciona como um complexo mecanismo de controle social que contribui para a massificação das sociedades, fazendo com que os indivíduos ajam de forma diferente do natural.²³⁹

Com isso, a definição de manipulação de informação é bastante semelhante à ideia de *fake news*, visto que ambas envolvem a distorção deliberada de fatos para influenciar a opinião pública e servir a interesses específicos. Enquanto a manipulação tradicional de informações se concentra na seleção e ênfase de certos aspectos da notícia, as *fake news* introduzem informações completamente falsas ou enganosas.

²³³ MEMÓRIA Globo. **Debate Collor x Lula**. Globo.com, 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula/noticia/debate-collor-x-lula.ghtml>. Acesso em 18 jun. 2024.

²³⁴ CRISTOFOLETTI, 2018, p. 58.

²³⁵ MEMÓRIA, 2021, acesso em 18 jun. 2024.

²³⁶ CRISTOFOLETTI, 2018, p. 59.

²³⁷ MEMÓRIA, 2021, acesso em 18 jun. 2024.

²³⁸ CRISTOFOLETTI, 2018, p. 60.

²³⁹ CRISTOFOLETTI, 2018, p. 60-61.

Em ambos os casos, o objetivo é controlar e orientar a percepção das pessoas, demonstrando que a manipulação midiática e as *fake news* são variações do mesmo fenômeno de distorção da realidade para fins particulares.

Se no caso das *fake news* foi possível apontar diversas características e elementos que compõem toda e sua estrutura, no caso da manipulação informativa das grandes mídias, é possível encontrar diversos elementos centrais para entender como o processo acontece. E uma referência recorrente sobre este tema é o curto ensaio de Perseu Abramo, intitulado “Significado político da manipulação da grande imprensa”, escrito a mais de trinta anos.²⁴⁰

Mesmo que Abramo não previsse o alto fluxo de informações que existe atualmente com a internet, sua hipótese nítida e própria sobre a manipulação informativa é perfeitamente aplicável. Ele reconhece que nem todo o material produzido pela imprensa é manipulado o tempo todo, mas, também não é que o fenômeno ocorra esporadicamente, em uma ou outra matéria de um ou outro jornal.²⁴¹ A gravidade do fenômeno, porém, reside no fato de que ele caracteriza a essência do procedimento geral da produção cotidiana da imprensa, embora muitos exemplos ou matérias isoladas possam ser apresentados para contestar essa característica geral. Essa característica geral, pode ser observada ao tipificar as formas mais usuais de manipulação, o que permite falar em padrões de manipulação observáveis na produção jornalística.²⁴² Para isso, Abramo enumera quatro grandes tipos de ocorrências na imprensa e um específico dos veículos de rádio e televisão: padrão de ocultação, padrão de fragmentação, padrão da inversão e padrão da indução.²⁴³

O padrão da ocultação,

É o padrão que se refere à ausência e à presença dos fatos reais na produção da imprensa. Não se trata, evidentemente, de fruto de desconhecimento, e nem mesmo de mera omissão do que é real. É, ao contrário, um deliberado silêncio militante sobre determinados fatos da realidade.²⁴⁴

Este é um modelo que atual nas etapas iniciais e preliminares da procura por informações, ou seja, no momento das decisões sobre o planejamento da edição, da

²⁴⁰ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 63.

²⁴¹ ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016. p. 39.

²⁴² ABRAMO, 2016, p. 39.

²⁴³ ABRAMO, 2016, p. 40.

²⁴⁴ ABRAMO, 2016, p. 40.

programação ou conteúdo específico daquilo que na mídia é comumente chamado de pauta.²⁴⁵

Mesmo que esta hipótese tenha sido escrita em um outro contexto, o padrão de ocultação continua presente na mídia nacional, como por exemplo, quando no final de abril de 2017, sindicatos organizaram protestos contra as reformas trabalhista e previdenciária. Na véspera das manifestações, o evento foi simplesmente ignorado pelos principais telejornais da Rede Globo.²⁴⁶ Com isso, o esquecimento dos noticiários em relação à greve pode ser visto como parte de um padrão de ocultação, visto que a decisão de não noticiar o evento antes de sua ocorrência contribui para minimizar sua importância e visibilidade. Ao não informar o público sobre a preparação e os motivos dos protestos, os meios de comunicação controlam a narrativa e impedem que a mobilização social ganhe a atenção e a legitimidade que merece. Essa omissão estratégica desqualifica acontecimentos, o que reflete uma prática deliberada de ocultar informações que podem desafiar interesses estabelecidos ou provocar debates públicos incômodos.

O segundo padrão identificado pelo autor é o da fragmentação, e descreve como a imprensa apresenta a realidade ao público de forma desconectada, eliminando as interconexões e dinâmicas que caracterizam os eventos. Em vez de mostrar a totalidade dos fatos com suas causas e consequências, a mídia divide a realidade em pequenos fatos isolados, frequentemente sem relação entre si ou arbitrariamente conectados. Esse padrão ocorre em todas as etapas do processo jornalístico, desde o planejamento da pauta até a apresentação final. Ele envolve duas operações principais: a seleção de aspectos específicos de um fato e a descontextualização desses aspectos. A seleção decide quais partes dos fatos serão apresentados ao público, não com base nas características do fato, mas conforme a linha editorial do meio de comunicação. A descontextualização resulta dessa seleção fazendo com que os dados e declarações percam seu significado original, podendo adquirir um novo significado que pode até ser contrário ao real.²⁴⁷

Um exemplo claro de fragmentação na mídia pode ser visto em fevereiro de 2016, quando o programa Domingo Espetacular da Rede Record e o portal R7

²⁴⁵ ABRAMO, 2016, p. 40.

²⁴⁶ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 65.

²⁴⁷ ABRAMO, 2016, p. 41-43.

celebravam com entusiasmo que o filme “Os Dez Mandamentos,” produzido pelo mesmo grupo midiático, havia se tornado a maior bilheteria da história do cinema nacional.²⁴⁸ No entanto, a realidade era mais complexa. Reportagens da Folha de S. Paulo, publicadas em janeiro e abril do mesmo ano, revelam que, apesar de mais de 11,3 milhões de ingressos vendidos, muitas salas de cinema supostamente esgotadas estavam, na verdade, parcialmente vazias.²⁴⁹ A Folha expôs que estratégias como compras antecipadas de bilhetes, campanhas em templos da Igreja Universal do Reino de Deus, e distribuição de ingressos entre os fiéis foram usadas para inflar artificialmente o sucesso do filme.²⁵⁰

Assim, as reportagens da Record, ao não contextualizarem adequadamente o sucesso do filme, apresentaram apenas uma parte da história. Essa abordagem fragmentada deu ao público uma visão incompleta e potencialmente enganosa, sugerindo um sucesso absoluto sem explorar as táticas usadas para alcançar esses números.²⁵¹ Essa fragmentação tem efeitos sociais prejudiciais, pois cria uma falsa sensação de conhecimento sobre um assunto. A integridade da informação é comprometida, permitindo que o público conheça apenas fragmentos convenientes de uma situação, fato ou personagem.²⁵²

O terceiro padrão de manipulação informativo identificado por Abramo é o de inversão, que rearranja os aspectos das notícias para estabelecer uma nova hierarquia de importância. Esse padrão pode se manifestar durante o planejamento das coberturas e matérias, mas torna-se mais evidente nas etapas de preparação, edição e apresentação final do conteúdo jornalístico.²⁵³ Bramo descreve quatro modalidades desse padrão: inversão de relevância dos aspectos, inversão da forma pelo conteúdo, inversão da versão pelo fato, e inversão da opinião pela informação.²⁵⁴

²⁴⁸ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 66.

²⁴⁹ PESSOA, Gabriela Sá. **“Os Dez Mandamentos” bate recorde de bilheteria “esgotando” salas vazias.** Folha de São Paulo, 2016 - Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/04/1759482-os-dez-mandamentos-bate-recorde-de-bilheteria-esgotando-salas-vazias.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2024.

²⁵⁰ BALLOUSSIER, Anna Virgínia; GENESTRETI, Guilherme. **Com campanha da Universal, “Os Dez Mandamentos” bate recordes no Brasil.** Folha de São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/01/1733426-com-campanha-da-universal-os-dez-mandamentos-bate-recordes-no-brasil.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2024.

²⁵¹ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 67.

²⁵² CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 67.

²⁵³ ABRAMO, 2016, p. 43.

²⁵⁴ ABRAMO, 2016, p. 43-46.

Outro exemplo para este padrão, pode ser encontrado em uma notícia do UOL em 2018, que relatava que milhões de reais foram pagos irregularmente a Jaques Wagner, ex-governador da Bahia.²⁵⁵ O título da matéria sugere culpabilidade. No entanto, ao longo do texto, fica claro que não foram apresentadas provas contra o suspeito, que a justiça havia negado o pedido de prisão preventiva, e que a matéria se baseava quase inteiramente nas declarações da delegada responsável pela investigação.

Esse exemplo demonstra a inversão da versão pelo fato: a versão oficial das acusações foi tratada como um fato consumado, mesmo sem provas concretas. O resultado é uma manipulação sutil, onde a importância e a percepção dos eventos são distorcidas, levando o público a acreditar em uma narrativa que não reflete totalmente a realidade. Este padrão da inversão está intimamente ligado ao da fragmentação, pois ambos alteram a lógica e a hierarquia da informação. Enquanto a fragmentação divide os fatos em pedaços isolados, a inversão muda a ordem e a importância desses pedaços, criando cenários que são apenas parcialmente verdadeiros ou artificialmente construídos.²⁵⁶

O quarto padrão, o de indução, é um tipo de manipulação informativa que leva o público a perceber a realidade de uma forma que não corresponde com a verdade. Ele é resultado de uma combinação habilidosa de outros padrões de manipulação e ocorrem em diferentes momentos e formas, desde o planejamento até a apresentação final das notícias. Embora existam muitas matérias que não apresentam manipulação ou apresentam em grau mínimo, a manipulação se torna um fato essencial na grande imprensa devido à forma sistemática que é aplicada. Esse padrão faz com que o público seja continuamente induzido a ver o mundo de acordo com o que os meios de comunicação querem que eles vejam, e não como realmente é. A indução se dá através do reordenamento ou recontextualização dos fragmentos da realidade, pelo subtexto, pela diagramação e programação, pelas manchetes, notícias e comentários, e pela presença ou ausência de certos temas, grupos sociais e personagens. Alguns assuntos são raramente tratados pela imprensa, enquanto outros aparecem quase

²⁵⁵ LOPES, Natan. **Jaques Wagner recebeu R\$ 82 mi em propina e caixa 2, diz PF; prisão preventiva foi negada.** Uol, 2018. Disponível em: [https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/02/26/jaques-wagner-recebeu-r-82-milhoes-em-propina-e-caixa-2-diz-pf.htm#:~:text=O%20TRF%2D1%20\(Tribunal%20Regional](https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/02/26/jaques-wagner-recebeu-r-82-milhoes-em-propina-e-caixa-2-diz-pf.htm#:~:text=O%20TRF%2D1%20(Tribunal%20Regional). Acesso em: 20 jun. 2024.

²⁵⁶ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 67-68.

todos os dias. Certos segmentos sociais são retratados apenas sob ângulos específicos, ignorando a complexidade de suas vidas e atividades. Alguns personagens nunca aparecem, enquanto outros são exibidos com frequência excessiva. Aspectos negativos ou positivos são sistematicamente lembrados ou evitados dependendo do grupo social em questão. A realidade é dividida pela imprensa em uma dicotomia do Bem e do Mal, induzindo o público a acreditar nessa visão simplificada e imutável do mundo.²⁵⁷

O episódio para ilustrar este padrão é de meados de fevereiro de 2018, quando quatro revistas nacionais de grande circulação foram distribuídas com uma capa publicitária, mostrando um menino com uma expressão preocupada e a mensagem: “Reforma da previdência hoje. Para ele se aposentar amanhã”.²⁵⁸ As revistas ‘Veja’, ‘Isto É’, ‘Época’ e ‘Isto É Dinheiro’ participaram dessa campanha promovida pelo governo, que visava convencer a opinião pública sobre a necessidade das reformas. Essa campanha foi reforçada pela presença do presidente da República em alguns programas de televisão populares.²⁵⁹

Embora as sobrecapas indicassem discretamente que se tratava de material pago, a repetição da mensagem nas principais publicações e na televisão, resultou em um efeito massivo de indução do público. A combinação da presença contínua dessa mensagem em diversos meios de comunicação e sua apresentação como parte integrante do conteúdo das revistas criou uma percepção artificialmente unificada sobre a importância e urgência da reforma da previdência, exemplificando como o padrão de indução manipula a percepção da realidade.²⁶⁰

Esse padrão de indução, contribui para que a população consuma uma realidade artificialmente inventada, impossibilitando uma compreensão plena e verdadeira dos fatos. A responsabilidade maior recai sobre os maiores meios de comunicação, que têm maior tiragem, audiência e influência. Eles moldam a percepção pública, criando cenários que são muitas vezes distorcidos e ficcionais.

²⁵⁷ ABRAMO, 2016, p. 48-49.

²⁵⁸ OLIVEIRA, Thaísa. **Governo veiculou campanha milionária pró Reforma da Previdência um dia antes de desistir da proposta.** Gazeta do povo, 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/a-protagonista/governo-veicula-campanha-milionaria-pro-reforma-da-previdencia-um-dia-antes-de-desistir-da-proposta/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

²⁵⁹ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 68-69.

²⁶⁰ CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 69.

A análise dos padrões de manipulação informativa escrita por Abramo, revela como a mídia pode influenciar a percepção pública de maneira sistemática e sutil. O padrão de ocultação mantém certos fatos fora do alcance do público, enquanto a fragmentação divide a realidade em pequenos pedaços desconexos, impedindo uma compreensão completa e coesa dos eventos. A inversão altera a hierarquia e a importância dos fatos, apresentando versões oficiais como verdades indiscutíveis. Por fim, a indução combina esses padrões para criar uma realidade alternativa, moldando a visão do público de acordo com interesses específicos. Vale ressaltar que esses padrões não ocorrem em todas as matérias ou em todos os órgãos de imprensa, mas sua aplicação sistemática e combinada pode distorcer a percepção da realidade. A manipulação da informação não apenas apresenta fatos de maneira parcial ou desconexa, mas também reordena a importância desses fatos e induz o público a acreditar em narrativas construídas artificialmente. Esse fenômeno é especialmente prevalente nos maiores meios de comunicação, que possuem maior tiragem e audiência, e, portanto, maior poder de influência.

Em conclusão, a manipulação informativa na grande imprensa brasileira, através dos padrões de ocultação, fragmentação, inversão e indução, resulta em uma visão distorcida e incompleta da realidade. Essa prática compromete a capacidade do público de compreender plenamente os eventos e questões que afetam suas vidas, promovendo uma versão dos fatos que favorece interesses específicos. A conscientização sobre padrões é crucial para desenvolver uma leitura crítica das notícias e buscar uma compreensão mais precisa e equilibrada da realidade.

4.1.2 A nova face da manipulação: Como *fake news* espelham estratégias midiáticas tradicionais

A hipótese de manipulação pelas grandes mídias e a disseminação de *fake news* compartilham muitas estratégias e formas semelhantes, que visam distorcer a percepção da realidade para influenciar a opinião pública. Padrões de manipulação, como ocultação, fragmentação, inversão e indução, têm sido usados por órgãos de comunicação tradicionais para moldar a narrativa de fatos de acordo com interesses específicos. E, essas mesmas técnicas podem estar sendo usadas amplamente na criação e propagação de *fake news*, exacerbando a desconfiança do público nas mídias tradicionais e facilitando a aceitação de informações falsas.

Ao se apresentarem como uma fonte alternativa, ou até mesmo como uma verdade alternativa, as *fake news* parecem ter se tornado uma forma de fugir da influência e manipulação da mídia tradicional. No entanto, essa fuga é marcada por uma incoerência significativa: evitar a mídia tradicional devido ao seu poder de manipulação, mas acreditar em *fake news*, que possuem igualmente um alto poder manipulativo. Enquanto a desconfiança nas grandes mídias se baseia na percepção de que elas distorcem a realidade por meio de técnicas como ocultação, fragmentação, inversão e indução, as *fake news* empregam essas mesmas estratégias de forma ainda mais agressiva e desregulada. Assim, ao buscar informações em fontes não tradicionais na esperança de encontrar a verdade, muitas pessoas acabam caindo em armadilhas informativas que são tão, ou mais distorcidas quanto aquelas que tentavam evitar.

A seguir, serão apresentados alguns exemplos de *fake news* que correspondem a cada um desses padrões de manipulação, ilustrando como essas estratégias são implementadas tanto por veículos de comunicação tradicionais, quanto por disseminadores de notícias falsas.

Durante as eleições presidências de 2018 no Brasil, uma das *fake news* mais disseminadas, com ao menos 732,1 mil compartilhamentos foi a alegação de que as urnas eletrônicas estavam programadas para fraudar o resultado das eleições.²⁶¹ A disseminação dessa informação envolveu não apenas a criação e propagação de uma narrativa falsa, mas também a aplicação do padrão de ocultação dentro da própria estratégia de *fake news*. Primeiro, houve a ocultação dos fatos reais. Ao fabricar vídeos e testemunhos falsos, as pessoas criadoras de *fake news* deliberadamente ignoram informações técnicas e relatos de especialistas sobre a segurança do sistema eleitoral. E, por serem fatos completamente ignorados não só pelas pessoas que criaram a *fake news*, mas também pelas pessoas que a receberam e compartilharam, acabou que a narrativa falsa foi mais convincente do que a realidade.

Além disso, a omissão do contexto é outro fator importante. As alegações de fraude nas urnas foram apresentadas sem o contexto necessário para entender a funcionalidade e a segurança das urnas eletrônicas. Não existiu uma refutação eficaz

²⁶¹ LIBÓRIO, Barbara; CUNHA, Ana Rita. **Notícias falsas foram compartilhadas ao menos 3,84 milhões de vezes durante as eleições**. Aos Fatos, 2018. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/noticias-falsas-foram-compartilhadas-ao-menos-384-milhoes-vezes-durante-eleicoes/>. Acesso em: 21 jun. 2024.

do episódio, como por exemplo o fato de que as urnas eletrônicas são submetidas a testes públicos e verificações independentes antes e após as eleições, procedimentos esses que se amplamente divulgados poderiam facilmente desmentir a alegação de fraude. Além disso, o fato de que cada voto é registrado de forma auditável e que existe um registro físico para conferência não foi sequer mencionado, ocultando a robustez do processo. Dessa forma, o exemplo em questão não apenas distorceu a percepção pública, mas também exemplificou como o padrão de ocultação pode ser visível dentro das próprias estratégias de criação e disseminação de *fake news*.

Também é possível encontrar características de outros padrões dentro de todo o sistema de *fake news*, como por exemplo o padrão de fragmentação, conforme descrito anteriormente, este desempenha um papel significativo na distorção da realidade jornalística, selecionando e descontextualizando aspectos de fatos para criar uma narrativa parcial ou fictícia. Esse padrão, também pode ser visto na fabricação artificial de popularidade, onde a manipulação de informações é fundamental para construir uma realidade alternativa que atende determinados interesses.

Um exemplo de como o padrão de fragmentação se entrelaça com mecanismos de *fake news* pode ser observado no uso de *bots* para popularizar hashtags, como no caso da hashtag que teve erro de digitação #FechadocomBolsolnaro acima citado.²⁶² Nesse contexto, a fragmentação ocorre através da seleção e amplificação de certos aspectos, enquanto outros são ignorados ou distorcidos. Por exemplo, a popularidade da hashtag pode ser interpretada como um sinal de apoio massivo e orgânico ao então presidente, mas a presença de erro de digitação e a análise de atividades anormais, como retuítes em alta frequência por contas suspeitas sugerem que a realidade é bem diferente. A descontextualização é evidente quando se considera que a hashtag viralizada não reflete um apoio genuíno e espontâneo, mas sim uma operação coordenada para manipular a percepção pública.

Esse uso de *bots* exemplifica a criação de uma realidade artificial ao fragmentar informações reais e apresentar apenas partes convenientes. *Bots* podem ser programados para disseminar massivamente uma hashtag, fazendo parecer que

²⁶² Conferir página 35, nota de rodapé n. 112.

há um apoio orgânico significativo. No caso da hashtag #FechadoscomBolsolnaro, a análise revelou que muitas das contas que promoveram a hashtag eram altamente suspeitas, com atividades que sugerem automatização ou coordenação não-autêntica.²⁶³

A fragmentação da realidade e a descontextualização são essenciais para a eficácia das *fake news*. Ao utilizar *bots* para promover hashtags, cria-se uma impressão enganosa de apoio popular, influenciando a opinião de maneira artificial. Como destacado por Silveira, a reprodução massiva de mensagens por *bots* visa criar a ilusão de ampla aceitação de uma liderança política, o que pode impulsionar outros usuários a aderirem ao discurso propagado.²⁶⁴

Em resumo, o padrão de fragmentação associado ao uso de bots para disseminar hashtags exemplifica como a realidade pode ser distorcida e reconfigurada artificialmente. A popularização de hashtags manipuladas evidencia o impacto de tais práticas na formação da opinião pública, mascarando a verdade e promovendo uma realidade fragmentada e descontextualizada.

O terceiro padrão, o da inversão, conforme descrito por Abramo, consiste na reordenação dos aspectos do noticiário, estabelecendo uma nova estrutura de importância dos fatos. E, dentro do complexo sistema de *fake news*, esse padrão pode estar presente para confundir a percepção pública e influenciar opiniões, mascarando juízos de valor como se fossem juízos de realidade. A pandemia de COVID-19 e a promoção de hidroxiquina como tratamento eficaz pelo governo brasileiro,²⁶⁵ incluindo o então presidente Jair Bolsonaro, é um exemplo claro de inversão da opinião pela informação.

Durante a pandemia, a hidroxiquina, originalmente indicada para tratar doenças como malária, lúpus e artrite, foi promovida intensamente como um

²⁶³ CAMILLO, 2020, acesso em: 23 jun. 2024.

²⁶⁴ SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Concentração, modulação e desinformação nas redes. In: AZEVEDO, José Sérgio Gabrielli de; POCHMANN, Marcio. (Orgs.). **Brasil: incertezas e submissão?** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 27-44, 2019. p. 33-41.

²⁶⁵ CONSELHO Nacional de saúde. **NOTA PÚBLICA: CNS alerta sobre os riscos do uso da Cloroquina e Hidroxiquina no tratamento da Covid-19.** Governo Federal - Conselho Nacional de Saúde – Ministério da saúde, 2020. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/1194-nota-publica-cns-alerta-sobre-os-riscos-do-uso-da-cloroquina-e-hidroxiquina-no-tratamento-da-covid-21>. Acesso em: 24 jun. 2024.

tratamento eficaz para a COVID-19, mesmo sem comprovação científica robusta.²⁶⁶ Autoridades políticas, incluindo Bolsonaro, defenderam seu uso, apesar de evidências científicas apontarem sua ineficácia e riscos. Esse caso ilustra como opiniões foram frequentemente apresentadas como informações factuais, levando a população a acreditar na validade do tratamento. A Organização Mundial da Saúde suspendeu todos os testes com hidroxicloroquina nos primeiros meses da pandemia, reconhecendo sua ineficácia e preocupações com a segurança dos seus pacientes. Estudos subsequentes reforçaram que o uso prolongado do medicamento aumentava o risco de problemas cardiovasculares e outros efeitos colaterais.²⁶⁷

A inversão de opinião pela informação ocorre quando a mídia ou figuras de autoridade apresentam juízos de valor como se fossem juízos de realidade, confundindo o público sobre a verdadeira natureza dos fatos. Neste caso em questão, a estratégia ficou bastante visível. O governo brasileiro e aliados na mídia substituíram informações baseadas em evidências científicas por opiniões pessoais e narrativas favoráveis ao uso do medicamento. A realidade da ineficácia comprovada e dos riscos associados ao uso do medicamento foi ocultada, negada e escamoteada, enquanto a opinião de que o medicamento era eficaz foi autoritariamente imposta ao público. Essa manipulação não se limitou a declarações públicas, mas também permeou a cobertura jornalística. Notícias e reportagens frequentes enfatizavam a defesa do medicamento por autoridades políticas, enquanto minimizavam ou omitiam estudos científicos que refutavam sua eficácia. Importante também salientar, que estudos científicos não foram apenas minimizados ou omitidos, mas também foram atacados e contraindicados, fazendo com que mais de 11 milhões de pessoas não se vacinassem contra COVID-19 por medo ou desconfiança.²⁶⁸

Esse padrão de inversão fragmentou a realidade, apresentando uma versão distorcida dos fatos, onde a opinião prevalecia sobre a informação. A promoção do medicamento foi assim transformada em um eixo principal da narrativa, onde qualquer informação contrária servia apenas como ilustração secundária, se não fosse

²⁶⁶ LISBOA, Vinícius. **Estudo estima 17 mil mortes em seis países por uso de cloroquina contra Covid.** CNN Brasil, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/estudo-estima-17-mil-mortes-em-seis-paises-por-uso-de-cloroquina-contr-covid/>. Acesso em: 24 jun. 2024.

²⁶⁷ LISBOA, 2024, acesso em: 24 jun. 2024.

²⁶⁸ SOBRINHO, Wanderley Preite. **‘Medo’ e ‘desconfiança’: 11 milhões de pessoas não se vacinaram contra covid no Brasil.** UOL. 24/05/2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2024/05/24/medo-desconfianca-vacinacao-covid-ibge-pnad-continua.htm>. Acesso em: 04 jul. 2024.

completamente ignorada. Estudos posteriores, incluindo pesquisas realizadas por cientistas da França e do Canadá, estimam que o uso indevido da hidroxicloroquina pode estar relacionado a cerca de 17 mil mortes em seis países.²⁶⁹ Apesar das limitações desses estudos, eles ilustram os perigos de mudar recomendações médicas com base em evidências fracas. A promoção do medicamento baseada mais em opiniões do que em dados científicos, teve consequências graves para a saúde pública.

Assim, a inversão da opinião pela informação no caso da hidroxicloroquina demonstra como a manipulação informativa pode ser utilizada para criar realidades artificiais e confundir a opinião pública. Ao apresentar opiniões como informações factuais, autoridades e meios de comunicação influenciam a percepção do público, promovendo narrativas que não refletem a realidade científica. Essa estratégia, além de distorcer a verdade, compromete a integridade das decisões de saúde pública e pode ter consequências desastrosas, como evidenciado pelas mortes associadas ao uso inadequado de hidroxicloroquina durante a pandemia de COVID-19.²⁷⁰

Com tudo isso, a análise das estratégias de manipulação utilizadas pelas grandes mídias e a disseminação de *fake news* revela uma série de semelhanças notáveis, evidenciando um padrão comum de distorção da realidade para influenciar a opinião pública. Tanto na manipulação midiática tradicional quanto na criação e propagação de *fake news*, encontram-se práticas de ocultação, fragmentação, inversão e indução que moldam as narrativas de acordo com interesses específicos. No caso das *fake news*, essas técnicas são empregadas de maneira mais agressiva e desregulada, exacerbando a desconfiança do público nas mídias tradicionais e facilitando a aceitação de informações falsas. A análise dos exemplos mencionados ilustra como esses padrões operam: A ocultação é vista na disseminação de alegações de fraude nas urnas eletrônicas durante as eleições, não só de 2018 mas também em 2022, onde fatos técnicos e relatos de especialistas foram deliberadamente ignorados; a fragmentação se manifesta na manipulação da popularidade de hashtags por bots, como no caso de #FechadoscomBolsolnaro, criando uma percepção falsa de apoio massivo; e a inversão é exemplificada pela

²⁶⁹ LISBOA, 2024, acesso em: 24 jun. 2024.

²⁷⁰ LISBOA, 2024, acesso em: 24 jun. 2024.

promoção de hidroxicloroquina como tratamento eficaz para a COVID-19, onde opiniões pessoais foram apresentadas como fatos científicos.

Esses padrões manipulativos, quando aplicados no sistema de *fake news*, não apenas distorcem a percepção pública, mas também criam uma realidade artificial que mascara a verdade e compromete a integridade da informação. A confiança nas fontes alternativas de informação, buscada como uma fuga da manipulação midiática tradicional, resulta em uma armadilha informativa de igual modo, ou até mais distorcida. Este fenômeno destaca novamente a necessidade crítica de uma educação midiática robusta e de mecanismos eficazes de verificação de fatos para proteger a integridade das informações e a formação de uma opinião pública bem-informada.

4.2 ANÁLISE DE CONSEQUÊNCIAS DE *FAKE NEWS* NO CONTEXTO RELIGIOSO BRASILEIRO

Conforme apontado acima, as *fake news* provocaram diversas consequências no cenário político e social do Brasil, especialmente a partir de 2018. Ainda, apontamos como a manipulação das mídias tradicionais e das redes sociais influencia na criação e compartilhamento de *fake news*, além das estratégias que podem ser identificadas. Nesta parte da pesquisa, aprofundaremos o impacto e as consequências das *fake news* exclusivamente aquelas compartilhadas em âmbito religioso ou que envolvam lideranças, temas e valores religiosos e como isso pode afetar a fé e a espiritualidade das pessoas brasileiras.

Nos últimos anos, as igrejas evangélicas no Brasil têm sido palco de intensos debates políticos que transcendem as questões teológicas tradicionais. Movimentos como o apoio maciço de algumas congregações a Jair Bolsonaro e a disseminação de informações distorcidas através das redes sociais têm provocado um profundo impacto social e religioso. A polarização política exacerbada tem levado a uma divisão dentro das próprias comunidades religiosas, resultando em consequências significativas para os fiéis e para a própria identidade das igrejas. Este cenário reflete não apenas uma mudança nas dinâmicas internas das instituições religiosas, mas também o modo como questões políticas se entrelaçam com a fé, influenciando a adesão e a permanência dos membros. Neste contexto, entender as implicações das

fake news torna-se crucial não apenas para a análise sociopolítica, mas também para a compreensão dos desafios contemporâneos enfrentados pela religião no Brasil.

4.2.1 *Fake news* e religião no Brasil: manipulação, conflitos e implicações políticas

Como visto até aqui, nos últimos anos, o impacto das *fake news* no contexto religioso tem se mostrado cada vez mais significativo, especialmente no Brasil. As notícias falsas, amplificadas pelas redes sociais, não apenas influenciam a opinião pública, mas também causam profundas divisões dentro das comunidades religiosas, incitam conflitos e promovem mudanças nas práticas religiosas. Esse fenômeno se torna ainda mais relevante quando observado à luz da crescente politização de igrejas pentecostais e neopentecostais no Brasil, que desde os anos 80 têm investido pesadamente em campanhas políticas e na ocupação de cargos no Estado.²⁷¹ A eleição de Jair Bolsonaro em 2018 marcou um ponto culminante dessa trajetória, consolidando uma aliança entre religião e política que intensificou discursos de intolerância e violência contra minorias, além de provocar uma crescente interferência da religião nas políticas de Estado.²⁷²

A disseminação de *fake news*, especialmente no âmbito digital, exacerba essas tensões. Mensagens falsas, muitas vezes apelando ao medo, encontram terreno fértil entre os seguidores das igrejas evangélicas, alimentando narrativas de perseguição religiosa e ameaças inexistentes.²⁷³ A utilização estratégica de plataformas como WhatsApp para a disseminação de desinformação durante a campanha de 2018, por exemplo, mostra como essas práticas podem influenciar decisivamente os resultados de eleições e, por extensão, a dinâmica política e social do país.²⁷⁴

A interferências das *fake news* no contexto religioso não é apenas uma questão de distorção da verdade, mas também de manipulação de emoções e

²⁷¹ VILLASEÑOR, Rafael López. *Fake news* e religião no desempenho político. **Cadernos do Centro de Estudos Missionários Latino-americano**, n. 8, p. 11-32, 2021. p. 21.

²⁷² SEVERO, Denise Osório. Impactos da ascensão dos movimentos de extrema-direita sobre os Direitos Humanos no contexto do Brasil: uma proposta de matriz de análise. **REIS Revista de Ciências Sociais**, Rio Grande, v. 4, n. 1 jan./jun., p. 14- 21, 2020. p.19-20.

²⁷³ TOSI, Giuseppe. Religião e política: três possíveis relações. **Religare**, João Pessoa, v. 15, n. 2, dez. p. 382-421, 2018. p. 388.

²⁷⁴ MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu**. Editora Record: Rio de Janeiro, 2ª ed. 2019. p. 118-120.

crenças. A CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) e outras instituições religiosas têm reconhecido essa ameaça, lançando iniciativas para combater a desinformação no âmbito religioso e preservar a harmonia social.²⁷⁵ No entanto, a persistência das *fake news* continua a representar um desafio significativo para a democracia e a coesão social, destacando a necessidade de uma resposta robusta e coordenada para enfrentar essa ameaça.

A propagação de *fake news* no contexto religioso tem desencadeado uma série de consequências profundas e multifacetadas no Brasil. A intersecção entre religião e política, especialmente entre os pentecostais e neopentecostais, ampliou o alcance e o impacto das notícias falsas, gerando uma dinâmica complexa de desinformação e manipulação. A manipulação religiosa e a disseminação de notícias falsas foram apontadas por alguns grupos como sendo ameaças significativas ao regime democrático, destacando o potencial dessas práticas para desestruturar a harmonia entre pessoas, povos e culturas. Especificamente no contexto religioso, as *fake news* têm um impacto ainda mais insidioso. Mensagens falsas que apelam para o medo são especialmente eficazes entre os seguidores, onde a linguagem da religião é muitas vezes entrelaçada com narrativas de esperança e medo. Clemir Fernandes, pesquisador do Instituto de Estudos da Religião (ISER) e pastor da igreja Batista, observa que certos sites evangélicos são os principais divulgadores de *fake news*, o que gera medo e desinformações entre os fiéis.²⁷⁶

Nesse contexto, as *fake news* não apenas desinformam, mas também alimentam narrativas de perseguição e ameaças inexistentes. Durante as eleições presidenciais, por exemplo, circularam mentiras sobre perseguição a cristãos, falsas ameaças de fechamento de igrejas e associações enganosas ao satanismo. Essas desinformações incitaram uma disputa religiosa nas redes sociais, expondo a intolerância e fomentando um ambiente de medo e desconfiança. Este tipo de manipulação emocional é particularmente perigoso, pois explora as crenças profundas das pessoas e pode levar a reações extremas e irracionais. Além de incitar o medo, as *fake news* também causam divisões dentro das próprias comunidades religiosas. Há registros de padres e líderes religiosos que disseminam desinformação, o que gera

²⁷⁵ ALEIXO, Isabela. **Satanismo e fechamento de igrejas: as Fake news do 2º turno das eleições.** Uol, 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/10/28/fake-news-religiao-2-turno.htm>. Acesso em: 26 jun. 2024.

²⁷⁶ ALEIXO, 2022, acesso em: 26 jun. 2024.

estranhamento e desconfiança entre os fiéis. A CNBB, por exemplo, foi alvo de *fake news* que acusam a instituição de não se manifestar suficientemente sobre questões como o aborto, apesar de suas constantes proposições sobre o tema.²⁷⁷ Nesse caso e em tantos outros a desinformação interna mina a autoridade e a coesão das instituições religiosas, criando divisões e conflitos internos.

As consequências das *fake news* se estendem além das eleições e da polarização política imediata. Elas têm o potencial de alterar as práticas religiosas e a dinâmica das comunidades de fé. A manipulação da verdade para fins políticos e religiosos não apenas distorce a realidade, mas também corrompe os valores e princípios que sustentam as crenças religiosas. Essa distorção da realidade é particularmente perigosa quando se considera o papel de igrejas no cenário político brasileiro.

Além das divisões internas e da manipulação emocional, as *fake news* em ambientes religiosos também podem ter efeitos diretos sobre as políticas públicas e a governança. A influência das igrejas pentecostais e neopentecostais em questões como a supressão de cartilhas voltadas à política de igualdade de gênero nas escolas, conhecidas como “kit anti-homofobia”, ilustra como a desinformação pode moldar políticas governamentais que impactam diretamente a sociedade.²⁷⁸ Essas ações não apenas interferem nas decisões políticas, mas também perpetuam narrativas conservadoras que restringem avanços em direitos humanos e inclusão social. Essas interferências por parte de algumas igrejas são ainda mais evidentes quando consideramos a atuação de figuras políticas ligadas a essas igrejas em cargos públicos. A nomeação de líderes religiosos para posições de poder como a presidência da Comissão Nacional dos Direitos Humanos, exercida por Marcos Feliciano em 2013, demonstra como a religião pode ser usada para promover agendas específicas que muitas vezes contrariam os princípios da laicidade do Estado.²⁷⁹ Essa mistura de religião e política facilita a promoção de políticas que refletem interesses religiosos específicos, em detrimento de uma abordagem mais inclusiva e equitativa.

Em conclusão, a interseção entre *fake news*, religião e política no Brasil evidencia uma crise multifacetada que desafia a coesão social e os princípios

²⁷⁷ ALEIXO, 2022, acesso em: 26 jun. 2024.

²⁷⁸ VILLASEÑOR, 2021, p. 21.

²⁷⁹ VILLASEÑOR, 2021, p. 21.

democráticos. A disseminação de desinformação manipula emoções, distorce crenças e influencia diretamente as políticas públicas, promovendo um ambiente de polarização e intolerância. E, para exemplificar isso melhor, na próxima etapa serão abordados exemplos mais concretos dos efeitos das *fake news* em contextos religiosos específicos. Esses casos ilustrarão como a desinformação tem moldado práticas religiosas, gerado divisões e conflitos dentro das comunidades de fé.

4.2.2 Casos notórios de desinformação religiosa

No cenário religioso, as *fake news* têm gerado profundas consequências, alterando dinâmicas e influenciando comportamentos e crenças de fiéis. Um exemplo disso é o impacto de polarizações alavancadas por *fake news* em igrejas no Brasil. De acordo com Rodolfo Capler, teólogo e escritor, a postura rígida e conservadora de algumas igrejas, amplificada pela disseminação de notícias falsas, tem afastados jovens progressistas, que buscam um ambiente mais inclusivo e plural.²⁸⁰ Esse fenômeno é agravado pelo apoio explícito de muitas lideranças à Jair Bolsonaro, cuja figura autoritária e polêmicas constantes intensificam o sentimento de exclusão não só do público jovem, mas de pessoas com outras opiniões políticas.²⁸¹

A disseminação de *fake news* também transforma os ambientes de convivência de comunidades religiosas, como observado por Rafael, um jovem evangélico que decidiu mudar de igreja após enfrentar hostilidades devido às suas divergências políticas. Ele relata que a orientação política da sua congregação se tornou “reacionária e agressiva”, com espaço crescente para candidatos de direita e uma falta de discussão sobre questões sociais como o racismo.²⁸² A hostilidade e a disseminação de informações falsas sobre políticos e partidos de esquerda nas igrejas, não só evangélicas mas nas mais diversas denominações, têm criado um ambiente tóxico, levando muitos fiéis a abandonarem suas congregações em busca de espaços mais acolhedores e menos politizados.

²⁸⁰ LIMA, Helder. **Apoio à direita faz jovens de esquerda deixarem igrejas evangélicas**. Rede Brasil Atual, 2022. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/apoio-as-pautas-da-direita-faz-jovens-de-esquerda-deixarem-igrejas-evangelicas-diz-pesquisador/>. Acesso em: 26 jun. 2024.

²⁸¹ LIMA, 2022, acesso em: 26 jun. 2024.

²⁸² MORI, Letícia. **'Diziam que eu não era cristão de verdade': os evangélicos que mudaram de igreja por causa do bolsonarismo**. BBC News Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63055714>. Acesso em: 26 jun. 2024.

Além disso, a interferência política nas igrejas não se restringe ao campo evangélico. Em uma missa em Jacareí, São Paulo, uma mulher interrompeu a homilia de um padre ao mencionar a ex-vereadora Marielle Franco, acusando-a de ser “homossexual” e envolvida com o tráfico de drogas, baseando-se em *fake news* amplamente disseminadas nas redes sociais.²⁸³ Esse episódio também evidencia como a desinformação pode incitar comportamentos agressivos e desrespeitosos mesmo em ambientes reconhecido por muitas pessoas como sagrado.

Esse cenário de hostilização e polarização política nas igrejas também foi observado em outra missa, realizada em Fazenda Rio Grande, Paraná. Durante a cerimônia, o padre criticou o uso de armas e a instrumentalização da religião para fins políticos, afirmando que “O Deus da vida nunca vai compactuar com as forças da violência. O Deus da vida nunca vai estar ao lado daquele que prega o armamentismo. Porque Deus é amor, é solidariedade.”²⁸⁴ Essa postura desencadeou reações intensas de fiéis, com acusações de que o padre estaria pedindo votos para o então candidato Luiz Inácio Lula da Silva, que concorria no segundo turno das eleições de 2022. Esse incidente, apesar de não se tratar de uma *fake news* no formato utilizado para fins de manipulação, pode ser entendido como potencializadora de polarização, que são visíveis nos exemplos anteriores. Por isso, estes casos evidenciam como a disseminação de desinformação tem causado a intensa polarização política que têm penetrado profundamente no ambiente religioso, transformando missas e cultos em arenas de confronto político.

Estes exemplos das consequências das *fake news* no contexto religioso, só podem ser analisados por terem virado notícias, mas existem inúmeros outros casos que não se tornam de conhecimento público, o que dificulta uma análise mais concreta dos efeitos da desinformação neste contexto. Mas, ainda assim, basta um olhar mais atento nas redes sociais, como o Facebook por exemplo, que muitos dos acontecimentos como nos casos anteriores podem ser vistos no contexto online.

²⁸³ G1 Vale do Paraíba e Região. **Mulher interrompe missa e discute com padre após ele citar Marielle Franco durante homilia em Jacareí.** Globo.com, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2022/10/18/mulher-interrompe-missa-e-discute-com-padre-apos-ele-citar-marielle-franco-durante-homilia-em-jacarei.ghtml>. Acesso em: 26 jun. 2024.

²⁸⁴ FOLHAPRESS. **PADRE é hostilizado em missa após criticar uso de armas e da religião na política.** Amazonas Atual, 2022. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/padre-e-hostilizado-em-missa-apos-criticar-uso-de-armas-e-da-religiao-na-politica/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

Em várias comunidades religiosas, líderes que pregam mensagens de paz e amor, conforme os ensinamentos de Jesus, são frequentemente acusados de tomar partido político. Por exemplo, ao afirmar que Jesus nunca apoiou a violência, ou ao criticar o uso de armas, muitos religiosos enfrentam reações negativas de fiéis que interpretam essas declarações como ataques diretos às suas crenças políticas. Essa interpretação distorcida das mensagens religiosas, alimentada por desinformação, está fragmentando a coesão interna de várias comunidades religiosas. Essa situação pode se agravar quando as próprias igrejas se posicionam de forma oficial. Porém, vale ressaltar, que os posicionamentos oficiais contra *fake news*, contra atos antidemocráticos, contra o uso de igrejas como palanque político, são posicionamentos extremamente necessários e importantes. Mesmo que, muitas vezes a defesa de valores como justiça, a igualdade e o respeito pelos direitos humanos são percebidos por algumas pessoas como uma afronta a determinados ideais políticos, gerando um ambiente de tensão e conflito. Para trazer um exemplo prático disto, analisaremos algumas reações de um posicionamento oficial sobre a invasão em Brasília no dia 08 de janeiro de 2023.

De forma resumida, no dia 8 de janeiro de 2023, Brasília foi palco de graves atos de vandalismo e violência quando apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro invadiram e depredaram as sedes dos Três Poderes: o Palácio do Planalto, o Congresso Nacional e o Supremo Tribunal Federal. Os manifestantes, insatisfeitos com a derrota de Bolsonaro nas eleições de 2022 e a posse de Luíz Inácio Lula da Silva, protagonizaram cenas de destruição, quebrando vidraças, móveis e obras de arte, além de saquearem e vandalizarem os interiores dos edifícios públicos. As forças de segurança demoraram a conter os invasores, gerando críticas sobre a atuação das autoridades locais e federais. A resposta do governo foi imediata, com o presidente Lula decretando intervenção federal na segurança do Distrito Federal e condenando veementemente os atos de violência e desrespeito às instituições democráticas.²⁸⁵

A comunidade internacional também repudiou os acontecimentos, expressando preocupação com a estabilidade democrática no Brasil. Os eventos de

²⁸⁵ FERREIRA, Afonso; GALVÃO, Walder. **Terroristas bolsonaristas invadem Congresso Nacional, Palácio do Planalto e STF, em Brasília.** Globo.com, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/08/bolsonaristas-radicais-entram-em-confronto-com-a-policia-na-esplanada-e-sobem-rampa-do-congresso-nacional-em-brasilia.ghtml>. Acesso em: 27 jun. 2024.

8 de janeiro foram amplamente comparados à invasão do Capitólio nos Estados Unidos em 6 de janeiro de 2021, refletindo uma onda global de insatisfação política e extremismo. Diversas investigações foram iniciadas para identificar e responsabilizar as pessoas envolvidas nos ataques, incluindo possíveis omissões de autoridades que deveriam garantir a segurança na capital federal.

A partir dos acontecimentos desse episódio, algumas igrejas se posicionaram de forma oficial, e, a análise em questão tomará o posicionamento da Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil como exemplo.

A Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB) vem a público manifestar-se sobre fatos ocorridos em Brasília/DF no domingo, dia 08/01/2023. Fazemo-lo sob a orientação da palavra bíblica do Antigo Testamento, prescrita nas Senhas Diárias deste dia: “Não espalhe notícias falsas e não entre em acordo com o ímpio, para ser testemunha maldosa” (Êxodo 23.1).

Como vimos, um grupo de pessoas, alimentadas por redes de ódio e insatisfeitas com o resultado democrático das últimas eleições, invadiu e barbarizou a sede dos três poderes da República Federativa do Brasil. Depredaram o Palácio do Planalto, sede do Poder Executivo, o Congresso Nacional, sede do Poder Legislativo, e o Supremo Tribunal Federal, sede do Poder Judiciário. Danos à propriedade pública foram muitos, mas os danos simbólicos foram maiores ainda. Será necessária a acurada apuração e responsabilização das pessoas envolvidas. A IECLB defende a liberdade de expressão e manifestação, valores inquestionáveis da democracia. Mas liberdade de expressão e manifestação não autoriza a barbárie e o vandalismo com a dilapidação do patrimônio público.

As Senhas Diárias do dia admoestam: “Irmãos e irmãs, tudo o que é verdadeiro, tudo o que é respeitável, tudo o que é justo, tudo o que é puro, tudo o que é amável, tudo o que é de boa fama, se alguma virtude há e se algum louvor existe, seja isso o que ocupe o pensamento de vocês” (Filipenses 4.8).

A caminhada continua. Como pessoas cristãs, defendemos a democracia como a mais bonita e justa forma de exercício de poder. Não podemos compactuar com o uso da violência, do ódio, de armamentos, de invasão e depredação do patrimônio público.

Nós, da Presidência da IECLB, do Conselho da Igreja e do colegiado de Pastoras Sinodais e Pastores Sinodais, conclamamos toda a Igreja e a sociedade a voltar-se para a defesa da paz, da justiça, da reconciliação. Queremos poder voltar a conviver de forma tranquila e pacífica com as pessoas ao nosso lado, mesmo que defendam posições diferentes. Deus, em sua graça, há de transformar este mundo.²⁸⁶

O manifesto da IECLB demonstra uma forte posição em defesa da democracia, da paz, da justiça, e condena enfaticamente os atos de violência e vandalismo que ocorreram. O documento inicia com uma referência bíblica que

²⁸⁶ NULL. **Manifesto da IECLB sobre invasão em Brasília**. Portal Luterano, 2023. Disponível em: <https://www.luterano.org.br/manifesto-da-ieclb-sobre-invasao-em-brasilia/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

condena a disseminação de notícias falsas e a associação com o mal, destacando o papel das redes de ódio na incitação dos atos de violência em Brasília. A IECLB sublinha a importância de evitar informações enganosas e manipulações maliciosas, alinhando-se com a necessidade de uma comunicação ética e verídica. Embora defenda a liberdade de expressão e manifestação como pilares da democracia, a IECLB claramente distingue entre protestos pacíficos e atos de barbárie e vandalismo. E, esta distinção é crucial para manter a integridade dos direitos democráticos sem justificar a violência.

Citando Filipenses 4.8, o manifesto incentiva os fiéis a focarem em valores positivos e virtuosos, promovendo um ambiente de paz e reconciliação. A IECLB reafirma seu compromisso com a democracia como a forma mais justa de governo e rejeita a violência e o uso de armamentos. A declaração conclama a igreja e a sociedade a se comprometerem com a paz, a justiça e a reconciliação, enfatizando a necessidade de convivência pacífica e respeito às diferenças de opinião.

As reações ao manifesto das pessoas que seguem a página da IECLB no Facebook foram bastante variadas. Muitas pessoas apoiaram e concordaram com a posição expressa no documento, valorizando a defesa da democracia, da paz e da justiça, e a condenação aos atos de violência e vandalismo. No entanto, outra parte dos seguidores expressou discordância e descontentamento com o posicionamento, especialmente em relação ao tom político. Comentários negativos no post do Facebook do manifesto foram aparecendo sem filtros. Um usuário comentou: “Resultado democrático das últimas eleições??? IECLB não me representa.” Outro também criticou o processo eleitoral e a postura da igreja ao afirmar: “O processo de tomada de poder não foi nada democrático. A Igreja não deve emitir qualquer parecer político.” A frustração de alguns fiéis também foi evidente em declarações como “A IECLB não me representa mais!” e “Decepção total com esta postura.”²⁸⁷ Outros comentários reforçaram a crença de que a igreja não deve se envolver em questões políticas. Um fiel escreveu: “A Igreja não deve apoiar e nem se meter em política. Muito triste isso,” enquanto outro expressou sua indignação e ameaça de se desligar

²⁸⁷ IECLB, Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil. **Manifesto da IECLB sobre invasão em Brasília**. Porto Alegre, 9 jan., 2023. Facebook: usuário Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/IgrejaEvangelicadeConfissaoLuterananoBrasilOficial/posts/pfbid02fgLmADmsV9tYabSG3HvqKTqMCUMzXGxv5gJuzgq57SezjtLjVhVCaHDqK8FdZ22PI>. Acesso em: 27 jun. 2024.

da comunidade: “Uma vergonha este manifesto. Sou luterano de Lajeado Rs. Estou pensando em me retirar da comunidade em protesto. Está mais do que na hora de se preocuparem com a palavra de Deus, em vez de propagarem um manifesto de cunho político e demonstrando um viés esquerdista.”²⁸⁸

Essas reações refletem a polarização existente entre as pessoas membros da IECLB, com opiniões fortemente divididas sobre o papel da igreja em questões políticas e sociais. No entanto, a reação de alguns fiéis ao não concordar com um posicionamento político da igreja, pode parecer contraditória, considerando que o próprio Martinho Lutero, cujo nome inspira a denominação luterana, entendia que a quarta petição do Pai Nosso, quando se refere ao pão nosso de cada dia, também implicava em orar por um bom governo.²⁸⁹ E, este manifesto em questão não se distanciou desse princípio fundamental, pelo contrário, embasado teologicamente, ressalta o compromisso de buscar a justiça, a paz, e o bem-estar comum, refletindo uma tradição que integra fé e responsabilidade social na análise e posicionamento sobre questões políticas contemporâneas. Assim como esse manifesto emerge como uma resposta ética, clara e coesa sobre a situação, a seguir, veremos outras ações e estratégias que instituições tomaram e podem tomar neste cenário.

4.3 POTENCIAIS DANOS FUTUROS E MECANISMOS DE COMBATE ÀS *FAKE NEWS*

Todos os exemplos apresentados até aqui, nada mais são do que efeitos causados pela vasta disseminação de *fake news*, que resultaram em divisões profundas e prejudiciais na sociedade, não isentando o contexto religioso desta realidade. Em tempos de desinformação, é crucial que sobretudo as igrejas cristãs, mantenham se embasadas nos princípios do Evangelho, que possam oferecer não apenas orientação moral, mas servir de alicerce na promoção da paz, da justiça e da reconciliação em meio a discordâncias e conflitos. A busca por uma comunicação verdadeira e respeitosa, inspirada pelos ensinamentos cristãos, torna-se essencial

²⁸⁸ IECLB, 2023, acesso em: 27 jun. 2024.

²⁸⁹ CONFESSIO AUGUSTANA. Português.; COMISSÃO INTERLUTERANA DE LITERATURA. **Livro de Concórdia: as Confissões da Igreja Evangélica Luterana**. Porto Alegre, RS: Concórdia, São Leopoldo, RS: Sinodal, Comissão Interluterana de Literatura, 2021. p. 392.

para mitigar os impactos negativos das divisões políticas, sociais e religiosas exacerbadas pelas *fake news*.

4.3.1 Estratégias governamentais e legislação

Se em todo o sistema que engloba a ideia de *fake news* existem uma série de elementos que em conjunto são responsáveis pelo sucesso da disseminação de desinformação em massa, a contramão disso tudo também envolve uma série de elementos. A verdade pode ser difícil, mas raramente provocará os efeitos emocionais e psicológicos que uma *fake news* pode causar. “Não sairemos dessa crise de desconfiança, que afeta uma gama tão ampla de instituições, apenas reafirmando verdades frias.”²⁹⁰ É necessário resgatar a credibilidade e a confiança através de meios mais tangíveis e próximos do cotidiano das pessoas. O que certamente ainda é e será por muito tempo um grande desafio, mas, para isso, os serviços de checagem de fatos, similares ao que ocorria antes da intensa midiatização, podem ser uma ferramenta importante.

O trabalho de checagem de fatos sempre existiu na mídia tradicional. O chegador era o sujeito pago pelos veículos para verificar as declarações e informações e não deixar que erros e imprecisões chegassem ao leitor/espectador/ouvinte. Em parceria com os redatores, o trabalho refinava a apuração jornalística para que nada além dos fatos comprováveis e verificáveis – embalados em textos bem escritos – fosse servido ao consumidor de conteúdo. Com a consolidação da internet como plataforma de consumo de notícias – em particular por meio das mídias sociais, a partir de 2004 -, o modelo de negócios das empresas de comunicação, baseado em publicidade, ruiu.²⁹¹

Com o avanço global da propagação de notícias falsas, o trabalho de checagem de fatos voltou a ganhar uma relevância significativa. Diferentemente do passado, quando essa tarefa era um esforço quase invisível realizado nos bastidores de uma reportagem jornalística, hoje ela se tornou um trabalho visível e essencial no combate à desinformação. A proliferação das redes sociais amplificou a disseminação de informações, tanto verdadeiras quanto falsas, tornando a verificação de fatos uma

²⁹⁰ BRUNO, Fernanda; ROQUE, Tatiana. A ponta de um iceberg de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 13-24, 2019. p. 22.

²⁹¹ JUNIOR, Gilberto Scfielf. Desconstruindo as *Fake news*: o trabalho das agências de fact-checking. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 59-68, 2019. p. 59-60.

necessidade urgente. Atualmente, nas redes sociais, cada pessoa pode denunciar uma publicação que pode ser falsa, e, a partir disso a nova versão do trabalho de checagem começa.²⁹²

Ao receber uma denúncia de conteúdo falso, o Facebook envia o post para agências de checagem. Caso a desinformação se confirme, as agências avisam ao Facebook – justificando por que consideram o conteúdo falso – e publicam em seus canais o conteúdo confrontado com os bancos de dados verificáveis. Toda vez que um usuário do Facebook tenta compartilhar o conteúdo já verificado como falso, aparece um pop-up dizendo que aquele conteúdo é falso, com um link de um post da agência de checagem comprovando a falsidade. O compartilhamento não é proibido. O Facebook também altera o algoritmo do post, reduzindo a visibilidade da postagem.²⁹³

Esses novos modelos do trabalho de checagem, funcionam de uma forma um pouco diferente em relação à época antes dos avanços da internet. Os novos verificadores investigam alegações já presentes nas notícias e publicam os resultados como uma nova matéria. O movimento de verificação de fatos exige que os repórteres políticos realizem uma tarefa que pode ser bastante desconfortável: desafiar figuras públicas ao expor seus erros, exageros e enganos. Esse movimento pede que eles intervenham em debates políticos acalorados e determinem quem está do lado da verdade.²⁹⁴

No Brasil, três agências são certificadas pelo IFCN (International Factchecking Network): Lupa, Truco e Aos Fatos. As instituições credenciadas, devem estabelecer compromissos com o apartidarismo e equidade, transparência das fontes e de financiamento da organização, detalhes sobre métodos utilizados e correções francas e amplas.²⁹⁵

Contudo, o trabalho de checagem de fatos enfrenta desafios consideráveis. A disseminação de desinformação nas redes sociais e, por vezes na grande mídia é, muitas vezes, deliberada e visa prejudicar a reputação de pessoas, marcas, partidos ou ideais. A manipulação emocional, que pode influenciar significativamente o comportamento das pessoas, representa um grande obstáculo para os trabalhos de verificação de fatos. Porém, da mesma forma que existem empresas focadas em atuar junto a esse trabalho de inteligência, existem outras tantas que se dedicam a disparar

²⁹² WISCH; SCHROEDER, 2024, p. 47.

²⁹³ JUNIOR, 2019, p. 65-66.

²⁹⁴ GRAVES, Lucas. **Deciding What's True: the rise of political fact-checking in american journalism**. New York: Columbia University Press, 2016. p. 8.

²⁹⁵ SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às *Fake news*. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, p. 759-782, 2018. n.p.

mensagens em massa em grupos específicos já pré-dispostos a concordarem e compartilharem os conteúdos duvidosos.²⁹⁶

Os serviços de checagem de fatos, têm a difícil tarefa de desconstruir discursos maniqueístas e manipuladores usando dados objetivos e de aumentar o custo da mentira, valorizando a verdade.²⁹⁷ É importante reconhecer que as pessoas têm uma relação emocional com a informação, baseada em crenças pessoais, emoções, medos e o ambiente em que vivem, por isso, as notícias falsas não são questionadas ou duvidadas pela população, porque referem-se àquilo que é compreendido como senso comum na sociedade.²⁹⁸ Em tempos de incerteza e mudanças rápidas, o desejo de pertencimento leva à criação de bolhas informacionais, onde as pessoas se sentem confortáveis com informações que reforçam suas visões de mundo. Por isso, somente a checagem de fatos pode não ser o suficiente, e faz-se necessário a criação de outras ações para combater a influência das *fake news*.

4.3.2 Combate às *fake news*: Experiências internacionais e desafios brasileiros

O problema político da disseminação de *fake news* como estratégia de manipulação do debate público tem sido alvo de políticas públicas e tentativas de regulamentação ao redor do mundo. Em linhas gerais, os enfrentamentos legislativos adotam duas abordagens básicas: a responsabilização das plataformas digitais e a imposição de multas severas. E, para exemplificar isto, a seguir serão analisadas duas iniciativas no contexto internacional que ilustram essas abordagens. O modelo de regulamentação de plataformas é exemplificado pela lei alemã, Net-zDG, enquanto o modelo de criminalização de *fake news* é representado pela lei aprovada na Malásia em 2018. Essas propostas fornecem uma base comparativa para análise dos números projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional que visam combater as *fake news*.²⁹⁹

Em 28 de junho de 2021, entrou em vigor na Alemanha a Lei de Emenda à Lei de Execução de Rede, com o objetivo de combater o discurso de ódio online e as

²⁹⁶ JUNIOR, 2019, p. 67.

²⁹⁷ JUNIOR, 2019, p. 67.

²⁹⁸ WISCH; SCHROEDER, 2024, p. 50.

²⁹⁹ ALVES; MACIEL. 2020, p. 153.

fake news nas redes sociais. A emenda busca aumentar a transparência e a comparabilidade dos relatórios dos provedores de mídia social e melhorar a usabilidade dos canais de denúncia de conteúdo ilegal. Além disso, introduz um procedimento de apelação para medidas tomadas pelos provedores de redes sociais e expande os poderes do Gabinete Federal de Justiça, incluindo a supervisão. Devido aos novos requisitos da Diretiva de Serviços de Mídia Audiovisual da União Europeia, os serviços de plataforma de compartilhamento de vídeo também estão incluídos no escopo da lei.³⁰⁰

Essa lei não cria obrigações para plataformas de mídia social, mas impõem multas elevadas por não conformidade com obrigações legais existentes. Aplicável a redes de mídia social com mais de dois milhões de usuários registrados na Alemanha, a lei obriga a remoção de conteúdo “claramente ilegal” em 24 horas após a denúncia.³⁰¹ Para conteúdos cuja ilegalidade não seja óbvia, a rede social tem sete dias para investigar e removê-los. Multas de até 50 milhões de euros podem ser aplicadas por não conformidade. A emenda visa melhorar a facilidade de uso dos procedimentos de reclamação exigindo que sejam “facilmente reconhecíveis, diretamente acessíveis e permanentemente disponíveis”³⁰². Também adiciona a necessidade de serem fáceis de usar. Assim, os provedores de mídia social também são obrigados a estabelecer um mecanismo de apelação para revisar decisões de remoção de conteúdo, que deve ser acionado dentro de duas semanas.

Redes sociais que recebem mais de 100 reclamações sobre conteúdos ilegais em um ano devem publicar relatórios semestrais em alemão detalhando o tratamento dessas reclamações, incluindo o uso de procedimentos de detecção automatizada e informações sobre a qualidade e avaliação desses sistemas. Os relatórios devem subdividir o número de reclamações de acordo com o tempo de remoção de conteúdo e incluir dados sobre o novo procedimento de apelação. A emenda também amplia as competências da Justiça Federal, que agora pode supervisionar a conformidade com a lei, exigir correções de infrações, solicitar informações sobre medidas de

³⁰⁰ GESLEY, Jenny. **Germany**: Network Enforcement Act Amended to Better Fight Online Hate Speech. Library of Congress, 2021. Disponível em: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2021-07-06/germany-network-enforcement-act-amended-to-better-fight-online-hate-speech/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

³⁰¹ GESLEY, 2021, acesso em: 30 jun. 2024.

³⁰² GESLEY, 2021, acesso em: 30 jun. 2024.

implementação, número de usuários e reclamações, e obrigar testemunhas a depor em procedimentos administrativos.³⁰³

O Net-zDG pode ser considerado um marco importante no esforço legislativo ao combate de *fake news*, visto que responsabiliza diretamente as grandes plataformas para a realização de controle de conteúdo.³⁰⁴

No caso da Malásia, a lei que criminalizou a publicação de notícias falsas foi aprovada pelo parlamento em abril de 2018, e, em seu texto, define *fake news* como quaisquer notícias, informações, dados e relatórios parcial ou totalmente falsos, abrangendo tanto publicações digitais quanto físicas, feitas por órgãos de imprensa, civis, nacionais ou estrangeiros. A legislação aplica-se a qualquer notícia que afete um cidadão malaio, mesmo que publicada no exterior, e as penalidades incluem multas de até 500 mil *ringgits*, equivalentes a 122 mil dólares e até seis anos de prisão.³⁰⁵

Criminalizar *fake news*, como feito na Malásia, suscitou um intenso debate sobre a eficácia do sistema penal para solucionar o problema, além de levantar preocupações quanto à liberdade de expressão. A lei foi aprovada poucas semanas antes das eleições nacionais para o governo federal, o que levou várias organizações da sociedade civil a denunciarem que a legislação estava sendo usada como ferramenta de censura e perseguição política. O ex-primeiro-ministro Nijab Razak, responsável pela proposição da lei, foi acusado de utilizar a criminalização das *fake news* para silenciar críticos e controlar a cobertura de escândalos de corrupção e lavagem de dinheiro.³⁰⁶

A Malásia frequentemente recebe notas baixas em indicadores globais relacionados à liberdade de expressão, figurando na posição 145 de 180 países analisados em 2018. Essa posição reflete a repressão estatal sobre a liberdade de expressão, exacerbada pela implementação da lei anti-*fake news*, que se mostrou uma ferramenta de controle político e censura, ao invés de um meio eficaz de combate à desinformação. E isto fica evidente no caso do primeiro cidadão malaio processado criminalmente sob a lei, que foi condenado a pagar uma multa de 100 mil *ringgst* por postar um vídeo no YouTube acusando a polícia de demorar cinquenta minutos para

³⁰³ GESLEY, 2021, acesso em: 30 jun. 2024.

³⁰⁴ ALVES; MACIEL. 2020, p. 154.

³⁰⁵ ALVES; MACIEL. 2020, p. 154.

³⁰⁶ ALVES; MACIEL. 2020, p. 154.

responder a um chamado de violência contra um professor palestino.³⁰⁷ A denúncia alegava que o cidadão havia postado conteúdo falso com más intenções.

Com isso, as iniciativas adotadas pela Alemanha e Malásia para combater as *fake news* apresentam aspectos e reações importantes, tanto positivos quanto negativos. A Lei de Execução de Rede da Alemanha, especialmente após a emenda de 2021, fortaleceu a transparência e a responsabilidade das plataformas digitais, obrigando-as a remover conteúdos ilegais rapidamente e a publicar relatórios detalhados sobre suas ações. Esse modelo promove uma cultura de combate ao discurso de ódio e à desinformação, oferecendo mecanismos de apelação e supervisão mais robustos. Contudo, a aplicação de multas elevadas e a complexidade dos procedimentos de denúncia e apelação podem ser desafiadores para as plataformas e os usuários, levantando preocupações sobre a efetividade e a liberdade de expressão. Por outro lado, a lei da Malásia, que criminaliza a disseminação de *fake news*, destaca-se pela severidade das penalidades, incluindo multas substanciais e penas de prisão. Embora essa abordagem possa atuar como um forte dissuasor contra a propagação de *fake news*, ela também suscitou intensas críticas por potencialmente ser usada como ferramenta de censura e repressão política. A proximidade da aprovação da lei com as eleições nacionais e os casos documentados de sua aplicação para silenciar críticos evidenciam os riscos e abusos e de restrição à liberdade de expressão.

Portanto, enquanto a legislação alemã pode ser vista como um avanço significativo na responsabilização das plataformas e na promoção de uma internet mais segura, a experiência malaia serve de alerta sobre os perigos de um enfoque punitivo exagerado.

No contexto brasileiro, a discussão sobre o combate às *fake news*, gira em torno do Projeto de Lei 2630/20, que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, e propõe medidas para combater a disseminação de conteúdos falsos nas redes sociais e serviços de mensagens privadas, excluindo-se serviços de uso corporativo e e-mail. As medidas se aplicam

³⁰⁷ ALVES; MACIEL. 2020, p. 154.

às plataformas com mais 2 milhões de usuários, inclusive estrangeiras, desde que ofertem serviços ao público brasileiro.³⁰⁸

Apresentado pelo senador Alessandro Vieira (Cidadania – SE) e aprovado pelo Senado, o projeto encontra-se em análise na Câmara dos Deputados, onde gera debates acalorados. Há setores que consideram essas medidas essenciais para combater o financiamento de notícias falsas, especialmente em períodos eleitorais, enquanto outros veem nelas um potencial para censura. O texto proíbe a criação e uso de contas falsas e automatizadas não identificadas como tais, com exceção de conteúdos humorísticos ou de paródias, e permite o uso de nome social ou pseudônimo.³⁰⁹ As plataformas devem identificar contas com movimentação incompatível com a capacidade humana e limitar o número de contas controladas por um único usuário. Em caso de denúncias, as empresas poderão solicitar a confirmação de identidade das pessoas responsáveis pelas contas, inclusive mediante documento de identidade. O projeto também limita o envio massivo de mensagens, exigindo que plataformas guardem registro de envios por três meses, que só poderão ser acessadas mediante ordem judicial. Essa medida visa responsabilizar penalmente os responsáveis por encaminhamentos em massa de conteúdo ilícito.³¹⁰

Além disso, a proposta também prevê que todos os conteúdos pagos nas redes sociais sejam identificados, incluindo a conta responsável, para permitir contato com o anunciante. No caso de propaganda eleitoral ou conteúdos mencionando candidatos, partidos ou coligações, o conjunto de anúncios deve ser disponibilizado ao público, incluindo o valor gasto, para checagem pela Justiça Eleitoral. Também as contas em redes sociais de agentes políticos, como presidente de República, governantes, prefeitos, ministros, e parlamentares são consideradas de interesse público e não podem restringir o acesso de outras contas às suas publicações. As entidades públicas devem publicar em seus portais de transparência dados sobre contratação de serviços de publicidade ou impulsionamento de conteúdo na internet.³¹¹ Como sanções para o descumprimento das medidas, a proposta propõe advertências e multas de até 10% do faturamento do grupo econômico no Brasil no

³⁰⁸ HAJE, Lara. **Projeto do Senado de combate a notícias falsas chega à Câmara**. Câmara dos deputados, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-PROJETO-DO-SENADO-DE-COMBATE-A-NOTICIAS-FALSAS-CHEGA-A-CAMARA>. Acesso em: 30 jun. 2024.

³⁰⁹ HAJE, 2020, acesso em: 30 jun. 2024.

³¹⁰ HAJE, 2020, acesso em: 30 jun. 2024.

³¹¹ HAJE, 2020, acesso em: 30 jun. 2024.

último exercício, com valores destinados ao Fundeb para ações de educação e alfabetização digitais.³¹²

Apesar das intenções da regulamentação, o projeto enfrenta resistências. A proposta apresentada, e aprovada pelo Senado, enfrenta críticas quanto ao potencial de censura e à inclusão de sanções penais. Essa tensão é exacerbada pelo contexto eleitoral, onde a disseminação de notícias falsas pode ter impactos significativos. A complexidade do tema é ilustrada pelo veto 46/2021 ao projeto que deu origem à norma sobre crimes contra o Estado Democrático de Direito (PL 2.108/2021).³¹³ O dispositivo vetado pelo então presidente da República previa até cinco anos de reclusão para quem cometesse o crime de comunicação enganosa em massa, definido como a promoção ou financiamento de campanhas para disseminar fatos inverídicos capazes de comprometer o processo eleitoral. Jair Bolsonaro justificou o veto alegando que o dispositivo seria contrário ao interesse do público, demonstrando a dificuldade em encontrar um consenso sobre a criminalização de *fake news*.³¹⁴

A devolução da Medida Provisória – MP (1.028/2021) pelo presidente do Senado, Rodrigo Pacheco, em 2021, também ilustra essa complexidade. A MP limitava a remoção de conteúdos publicados nas redes sociais, mas foi considerada contrária à Constituição de 1988 e às leis, além de trazer insegurança jurídica. Pacheco destacou que a MP afetava o processo eleitoral e o uso de redes sociais, áreas já tratadas no Projeto de Lei das *Fake news*.³¹⁵

Esses eventos sublinham os desafios de legislar sobre *fake news* em um ambiente político polarizado e tecnologicamente dinâmico. Porém, as tentativas de regulamentação são fundamentais para enfrentar a desinformação, contanto que não sirvam como mais uma ferramenta de opressão, no sentido de censurar ou intimidar. A rejeição de dispositivos punitivos e a devolução de medidas provisórias indicam a necessidade de um debate mais aprofundado e de soluções que contemplem a complexidade do fenômeno das *fake news* sem comprometer os direitos fundamentais dos cidadãos.

³¹² HAJE, 2020, acesso em: 30 jun. 2024.

³¹³ MONTEIRO, Ester. **Projetos em análise no Senado combatem desinformação e Fake news.** Senado Notícias, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/09/26/projetos-em-analise-no-senado-combatem-desinformacao-e-fake-news#:~:text=Na%20pauta%20do%20Congresso%20Nacional>. Acesso em: 30 jun. 2024.

³¹⁴ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

³¹⁵ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

Apesar de toda a complexidade inerente ao combate às *fake news*, diversos projetos de lei têm sido propostos com o intuito de enfrentar a problemática. No Brasil, além do PL 2639/20 apresentado, existem pelo menos outras 50 iniciativas em tramitação na Câmara dos Deputados, todas voltadas para mitigar os impactos negativos das notícias falsas na sociedade e no processo democrático.

4.3.4 Combatendo *fake news* no Brasil: Propostas legislativas em debate

O enfrentamento às *fake news* no Brasil tem gerado um amplo conjunto de propostas legislativas, refletindo a complexidade e a urgência de abordar a desinformação em um contexto cada vez mais digital. Diversos projetos de lei foram apresentados com diferentes enfoques e estratégias para lidar com esse problema, abrangendo desde a criminalização da prática até a promoção de educação digital.

Uma parte significativa dessas propostas se concentra em criminalizar a prática de desinformação. O PLS 473/2017 e o PLS 471/2018, por exemplo, tipificam o crime de criação ou divulgação de notícias falsas, estabelecendo penas que variam de seis meses a dois anos de prisão além de multas.³¹⁶ Esses projetos visam diretamente penalizar indivíduos que produzem ou disseminam informações falsas.³¹⁷ Da mesma forma, o PL 5.555/2020 torna crime a disseminação de notícias falsas sobre vacinas em situações de emergência de saúde pública, refletindo a preocupação com a saúde pública exacerbada durante a pandemia de COVID-19.³¹⁸ Outra proposta relevante é o PL 1.015/2021, que prevê penas de um a quatro anos de prisão para aqueles que divulgarem informações sabidamente inverídicas sobre prevenção e combate a epidemias.³¹⁹

Paralelamente, algumas propostas focam em alterações em legislações existentes para incluir a desinformação como crime tipificado.³²⁰ O PL 2.745/2021, por exemplo, tipifica a divulgação de informações falsas sobre vacinas, enquanto o PL 632/2020 define a disseminação de *fake news* por autoridades públicas como crime de responsabilidade.³²¹ Tais iniciativas visam atualizar o marco jurídico para refletir os

³¹⁶ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

³¹⁷ SEGURADO, 2021, p. 101.

³¹⁸ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

³¹⁹ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

³²⁰ SEGURADO, 2021, p. 101.

³²¹ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

desafios modernos apresentados pelas redes sociais e outras plataformas digitais.³²² Em adição, o PLS 533/2018 propõe penas mais severas para a criação ou divulgação de notícias falsas que afetam temas de interesse público, incluindo segurança e economia, destacando a necessidade de proteger setores vitais contra a desinformação.³²³

Outro eixo importante das propostas é a moderação de conteúdo.³²⁴ O PL 3.814/2021, por exemplo, impõe obrigações aos provedores de redes sociais para combater o anonimato, a disseminação de notícias falsas e perfis fraudulentos.³²⁵ Além disso, a proposta inclui o fortalecimento da verificação de identidade, medidas que geram debates acalorados sobre a privacidade e a proteção de dados individuais. A necessidade de maior transparência das plataformas em relação à moderação de conteúdo é um tema recorrente, visto que essas empresas são frequentemente criticadas pela falta de clareza nas suas políticas de moderação.

A educação digital também emerge como uma solução proposta, com projetos de lei que visam incluir no currículo escolar disciplinas sobre a utilização ética das redes sociais e o combate à desinformação.³²⁶ Essa abordagem preventiva, inspirada em práticas de países europeus, busca formar cidadãos e cidadãs mais críticos e conscientes sobre a qualidade da informação que consomem e compartilham.³²⁷ Além disso, há ainda propostas que visam campanhas de esclarecimento sobre notícias falsas. O PLS 218/2018, por exemplo, determina que o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) crie campanhas para conscientizar a população sobre a divulgação de *fake news* durante anos eleitorais.³²⁸ Essas iniciativas são essenciais para manter o debate público sobre os perigos e as consequências da desinformação.

No entanto, o caminho para a regulamentação efetiva é complexo. O Veto 46/2021, que aguardava análise dos parlamentares, exemplifica as qualidades encontradas nesse processo. A criminalização de *fake news* proposta pela Lei 14.197/2021 foi vetada pelo então presidente Jair Bolsonaro, sob a Justificativa de que seria contrária ao interesse público. Essa situação reflete o cenário polarizado e

³²² SEGURADO, 2021, p. 101.

³²³ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

³²⁴ SEGURADO, 2021, p. 102.

³²⁵ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

³²⁶ SEGURADO, 2021, p. 103.

³²⁷ SEGURADO, 2021, p. 103.

³²⁸ MONTEIRO, 2022, acesso em: 30 jun. 2024.

os desafios de encontrar um consenso que balanceie o combate à desinformação com a proteção dos direitos fundamentais, como a liberdade de expressão.

Em conclusão, o enfrentamento às *fake news* no Brasil é uma questão multifacetada e de grande urgência, exigindo um equilíbrio extremamente cuidadoso entre regulamentação e preservação de direitos fundamentais. As diversas propostas legislativas demonstram um esforço significativo para abordar a desinformação por meio de criminalização, alterações legais, moderação de conteúdo e educação digital. No entanto, o processo de regulamentação enfrenta desafios complexos e controvérsias em torno de propostas punitivas. Para efetivar uma abordagem eficaz, é crucial que o debate continue de maneira inclusiva e aprofundada, garantindo que as soluções propostas não apenas reprimam a desinformação, mas também respeitem a liberdade de expressão e promovam um ambiente digital mais seguro e transparente para todas as pessoas.

4.4 CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

As eleições brasileiras de 2018 marcaram uma nova era na política nacional, destacando-se pela intensa polarização ideológica entre direita e esquerda. A ascensão de Jair Bolsonaro, impulsionada por um discurso de extrema-direita e um sentimento forte de antipetismo, foi um fenômeno central. A campanha eleitoral de Bolsonaro, caracterizada por declarações polêmicas e por sua ausência em debates, mostrou a mudança do marketing político, com as redes sociais e as *fake news* desempenhando um papel crucial.

A desinformação, disseminada amplamente através das redes sociais, minou a confiança nas instituições democráticas e alterou o comportamento do eleitorado, destacando a importância de se analisar seus impactos em eleições. A manipulação informativa na grade mídia, identificada através de padrões como ocultação, fragmentação, inversão e indução, reforça como as notícias tendenciosas podem moldar a percepção pública e influenciar processos democráticos. Essa perda de confiança nos meios tradicionais de comunicação, exacerbada pela manipulação informativa, reflete problemas históricos no Brasil, como a cobertura editada do debate presidencial de 1989 entre outros tantos exemplos.

Assim, a compreensão dos padrões de manipulação informativa e sua relação com as *fake news* é essencial para desenvolver uma leitura crítica das notícias e

promover uma compreensão mais precisa da realidade política e social. A análise das estratégias de manipulação utilizadas pelas grandes mídias e a disseminação de *fake news* revela uma série de semelhanças notáveis, evidenciando um padrão de comum de distorção da realidade para influenciar a opinião pública. No caso das *fake news*, essas técnicas são empregadas de maneira mais agressiva e desregulada, exacerbando a desconfiança do público nas mídias tradicionais e facilitando a aceitação de informações falsas.

A ideia dos padrões manipulativos quando aplicados no sistema de *fake news*, não apenas distorcem a percepção pública, mas também criam uma realidade artificial que mascara a verdade e compromete a integridade da informação. A confiança nas fontes alternativas de informação, buscada como uma fuga da manipulação midiática tradicional, resulta em uma armadilha informativa igualmente, ou até mais, distorcida.

A análise das consequências das *fake news* no contexto religioso brasileiro revelou um cenário preocupante de manipulação, conflitos e implicações políticas. A disseminação de desinformação tem gerado divisões profundas dentro das comunidades religiosas, exacerbando tensões políticas e sociais. A politização crescente de igrejas e a aliança com figuras políticas, como Jair Bolsonaro, intensificaram discursos de intolerância e violência, além de influenciar políticas públicas de forma significativa.

As *fake news*, ao manipular emoções e crenças, promovem narrativas de perseguição e ameaças inexistentes, alimentando o medo entre os fiéis e incitando comportamentos muitas vezes, agressivos. Esse fenômeno é particularmente insidioso no contexto religioso, onde a linguagem de fé é frequentemente usada para legitimar desinformação. A resposta de instituições religiosas, como a CNBB, que buscam combater a desinformação, ressalta a gravidade do problema e a necessidade de uma ação coordenada. Além das divisões internas, as *fake news* impactam diretamente as políticas públicas e a governança, moldando decisões que afetam toda a sociedade. A influência das igrejas em questão como a supressão de materiais educativos sobre a igualdade de gênero e a nomeação de líderes religiosos para cargos públicos demonstra como a desinformação pode perpetuar narrativas conservadoras e restringir avanços em direitos humanos e inclusão social.

Portanto, a intersecção entre *fake news*, religião e política no Brasil evidencia uma crise multifacetada que desafia a coesão social e os princípios democráticos.

Enfrentar essa ameaça requer um esforço contínuo para promover uma comunicação verdadeira e respeitosa, baseada nos valores do Evangelho, para mitigar os impactos negativos das divisões políticas, sociais e religiosas exacerbadas pelas *fake news*.

A análise das estratégias governamentais e legislativas para combater as *fake news* no Brasil evidencia a complexidade e os desafios envolvidos nesse processo. As políticas públicas e leis existentes ou propostas demonstram um esforço significativo para enfrentar a desinformação, mas também levantam preocupações sobre a liberdade de expressão e a efetividade das medidas. A restauração da credibilidade e confiança através de meios tangíveis, como os serviços de checagem de fatos, é crucial, mas não suficiente. A desinformação se aproveita de emoções e crenças profundas, criando bolhas informacionais que dificultam a disseminação de informações verdadeiras. Algumas iniciativas internacionais, como a Lei de Execução de Rede da Alemanha e a lei anti-*fake news* da Malásia, oferecem exemplos contrastantes de abordagens, desde a responsabilização das plataformas digitais até a criminalização das *fake news*. Essas experiências destacam a importância de equilibrar a necessidade de combater a desinformação com a preservação da liberdade de expressão.

No Brasil, o Projeto de Lei 2630/20, que visa instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, representa um passo significativo na tentativa de regulamentar a disseminação de conteúdos falsos nas redes. No entanto, enfrenta resistência devido ao potencial de censura e às sanções penais propostas. Além disso, a diversidade de propostas legislativas em tramitação no Congresso Nacional reflete a urgência e a complexidade do problema, abordando desde a criminalização da prática de desinformação até a promoção de educação digital. Contudo, o caminho para uma regulamentação efetiva é repleto de desafios e controvérsias, exigindo um debate inclusivo e aprofundado para garantir que as soluções propostas não apenas reprimam a desinformação, mas também respeitem os direitos fundamentais do povo.

Portanto, o combate às *fake news* no Brasil demanda uma abordagem multifacetada, combinando esforços legislativos, tecnológicos e educacionais para criar um ambiente digital mais seguro e transparente, sem comprometer os princípios democráticos.

CONCLUSÃO

A análise da disseminação e impacto das *fake news* no contexto brasileiro, especialmente após as eleições presidenciais de 2018, revelou a profundidade e a complexidade desse fenômeno multifacetado. As hipóteses levantadas no início do estudo foram amplamente corroboradas, mostrando que a associação entre lideranças políticas e religiosas realmente contribui para a disseminação de *fake news*. A utilização da religião como ferramenta de legitimação e mobilização política tem se mostrado uma estratégia eficaz, mas com sérias consequências para a confiança nas lideranças e instituições religiosas, principalmente quando estas se envolvem em campanhas de desinformação.

A disseminação de *fake news*, diferentemente das mentiras tradicionais, caracteriza-se por sua complexidade e capacidade de resistir ao confronto direto com a verdade. Esse fenômeno criou um mercado autossustentável e altamente lucrativo, desafiando métodos tradicionais de combate à desinformação. As *fake news*, impulsionadas pela era digital, apresentam novos desafios para a sociedade, redefinindo os paradigmas da desinformação e exigindo abordagens inovadoras e multifacetadas para seu combate.

Os objetivos específicos da pesquisa foram contemplados. A investigação sobre a influência das *fake news* no resultado das últimas eleições presidenciais revelou como esse novo mercado digital opera. A análise do impacto desse fenômeno no contexto religioso brasileiro mostrou que a confiança nas lideranças religiosas e nas comunidades de fé pode facilitar a disseminação de *fake news*. Além disso, a pesquisa discutiu maneiras pelas quais a sociedade e as grandes empresas midiáticas podem combater a disseminação de conteúdos falsos, enfatizando a necessidade de uma abordagem conjunta e coordenada.

No contexto religioso, a confiança interpessoal se revelou um fator crucial que molda a percepção e a resposta de indivíduos às *fake news*. Essa confiança, embora essencial para a coesão interna das comunidades religiosas, pode se tornar uma vulnerabilidade quando depositada em lideranças ou membros que propagam desinformação. As redes sociais e os grupos em aplicativos como *WhatsApp* desempenham um papel central na disseminação de *fake news*, tornando-se espaços onde a confiança é forjada e, paradoxalmente, onde a desinformação pode se

proliferar. Além disso, a formação de bolhas digitais, exacerbada por algoritmos das plataformas de redes sociais, contribui para a fragmentação das comunidades religiosas, reforçando a coesão interna enquanto suprime a diversidade de pensamento. Essas bolhas criam ambientes homogêneos onde informações e desinformações circulam predominantemente entre pessoas com perspectivas semelhantes, dificultando o diálogo e o acesso a diferentes pontos de vista.

A era digital também trouxe mudanças significativas no controle tradicional exercido pelas igrejas sobre o sagrado e a doutrina. A democratização da informação e a facilidade de criação de conteúdo online desafiaram a autoridade de lideranças religiosas tradicionais, levando ao surgimento de novas autoridades religiosas nas mídias, como celebridades midiáticas, *influencers*, blogueiros e figuras públicas. Esse processo resulta em uma maior pluralidade de vozes, mas também apresenta desafios consideráveis para a manutenção da coesão e da autoridade dentro das comunidades religiosas.

Não só as eleições de 2018, mas também as de 2022, destacaram a intensa polarização ideológica entre direita e esquerda. A ascensão do bolsonarismo, impulsionada por um discurso de extrema-direita e estratégias digitais avançadas, exemplificou o uso eficaz das *fake news* para mobilizar e persuadir o eleitorado. A manipulação informativa e a desconfiança nas mídias tradicionais reforçaram a aceitação de informações enganosas, criando um ambiente propício para a desinformação e polarização.

A análise das estratégias governamentais e legislativas para combater as *fake news* no Brasil evidenciou a complexidade e os desafios envolvidos nesse processo. Políticas públicas e leis, como o PL 2630/20, representam esforços significativos para responsabilizar quem cria e dissemina conteúdos falsos nas redes, mas também levanta questões importantes sobre o potencial de censura e sanções penais semelhantes ao caso da Malásia. Mesmo assim, a diversidade de propostas em tramitação no Congresso Nacional reflete a urgência do problema, abordando desde a criminalização da prática desinformativa até a promoção de educação digital.

A intersecção entre *fake news*, religião e política no Brasil evidencia uma crise multifacetada que desafia a coesão social e os princípios democráticos. A disseminação de desinformação nas comunidades religiosas tem gerado divisões profundas, exacerbando tensões políticas e sociais. A politização crescente das

igrejas e a aliança com figuras política intensificam discursos de intolerância e violência, influenciando políticas públicas de forma bastante significativa. Enfrentar essa ameaça requer um esforço contínuo e coordenado para promover uma comunicação verdadeira e respeitosa, para mitigar os impactos negativos das divisões políticas, sociais e religiosas influenciadas pelas *fake news*. A promoção da alfabetização digital e do pensamento crítico é fundamental para capacitar as pessoas a discernirem informações verídicas de conteúdos enganosos. A educação midiática torna-se essencial para construir uma sociedade mais resiliente à desinformação e capaz de enfrentar os desafios da era digital.

Nesse sentido, também se faz necessário pensar em uma “teologia anti-*fake news*”. A perspectiva teológica é uma importante dimensão para a criação de uma ética religiosa que repudia a disseminação de desinformação. Lideranças religiosas poderiam ser incentivadas a incorporar ensinamentos que promovam a verdade e a responsabilidade informativa, reforçando valores como honestidade, transparência e respeito ao próximo. Essa abordagem pode contribuir para ressaltar uma teologia que vise proteger a comunidade da desinformação, promovendo a coesão social e a integridade na comunicação. Além disso, são necessários procedimentos internos e externos para proteger as comunidades de fé das notícias falsas. Internamente, as igrejas podem estabelecer protocolos que eduquem a fé sobre a importância da verificação das informações, promovendo o pensamento crítico e análise de fontes confiáveis. Externamente, é crucial que as lojas colaborem com plataformas de mídia digital para receber suporte na moderação de conteúdos potencialmente prejudiciais e participem de programas de alfabetização digital que fortalecem as capacidades críticas dos membros de comunidades religiosas. Também merece ser destacado que o campo religioso deve se posicionar de forma mais ativa contra a propagação de notícias falsas, não apenas combater desinformações do ponto de vista institucional, mas promover uma cultura interna de valorização da verdade e do discernimento. Deve existir uma posição de denúncia e confronto às falsas informações e uma postura crítica em relação a fontes duvidosas para assim, com resiliência, fortalecer as comunidades contra *fake news*.

Por fim, a compreensão aprofundada do fenômeno das *fake news* é crucial para preservar a integridade da informação e fortalecer a democracia. Somente por meio de esforços coletivos e de uma abordagem consciente será possível mitigar os

impactos negativos das *fake news* e garantir que a sociedade se beneficie plenamente das possibilidades oferecidas pela era digital. Dada a complexidade e amplitude da temática, outras pesquisas na área são necessárias para aprofundar o entendimento e desenvolver estratégias eficazes de combate à desinformação. A educação midiática, por exemplo, pode ser uma ferramenta poderosa nesse processo, essencial para capacitar a sociedade a navegar de maneira crítica e informada no vasto mar de informações que caracteriza a era digital.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.

ALEIXO, Isabela. **Satanismo e fechamento de igrejas: as Fake news do 2º turno das eleições**. Uol, 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/10/28/fake-news-religiao-2-turno.htm>. Acesso em: 26 jun. 2024.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and *fake news* in the 2016 election. **Journal of economic perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

AREND, Hannah, **Entre o passado e o futuro**. São Paulo, Perspectiva, 2016.

ARRUDA, Jéssica de Abreu; COSTA, Guilherme Brum Rodrigues da; MAGALHÃES, Analice Soares. Influência dos discursos religiosos evangélicos na campanha presidencial de 2018 no Brasil. **Último Andar**, v. 23, n. 35, 2020.

BALLOUSSIER, Anna Virgínia; GENESTRETI, Guilherme. **Com campanha da Universal, “Os Dez Mandamentos” bate recordes no Brasil**. Folha de São Paulo, 2016. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/01/1733426-com-campanha-da-universal-os-dez-mandamentos-bate-recordes-no-brasil.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2024.

BARBOSA, Mariana. Isso a imprensa não mostra: apresentação. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 7-12, 2019.

BÍBLIA de Estudo Almeida. Barueri – SP: sociedade bíblica do Brasil, 2013.

BRUNO, Fernanda; ROQUE, Tatiana. A ponta de um iceberg de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 13-24, 2019.

BUCCI, Eugênio. *News não são fake – e fake news não são news*. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 37-48, 2019.

BURITY, Joanildo. A onda conservadora na política brasileira traz o fundamentalismo ao poder? In: ALMEIDA, Ronaldo; TONIOL, Rodrigo (Orgs.). **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos: análises conjunturais**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.

CADWALLADR, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The guardian**, v. 17, n. 1, p. 22-28, 2018.

CAMILLO, Mateus. **Hashtag pró-Bolsonaro com erro viraliza e levanta suspeita de utilização de robôs**. Zero Hora, 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2020/04/hashtag-pro-bolsonaro-com-erro-viraliza-e-levanta-suspeita-de-utilizacao-de-robos-ck9j66mex00ck01o4enzqjeek.html>. Acesso em: 23 jun. 2024.

CAMURÇA, Marcelo Ayres. Um poder evangélico no estado brasileiro?: Mobilização eleitoral, atuação parlamentar e presença no governo Bolsonaro. **Revista Nupem**. v. 12, n. 25, p. 82-104, jan./abr. 2020.

CARTA Capital. **Bolsonaro em 25 frases polêmicas**. CartaCapital, 2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>. Acesso em 16 jun. 2024.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à filosofia**. São Paulo, SP: Ática, 1994.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: *Fake news* e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. **RuMoRes**, v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018.

CONFESSIO AUGUSTANA. Português.; COMISSÃO INTERLUTERANA DE LITERATURA. **Livro de Concórdia: as Confissões da Igreja Evangélica Luterana**. Porto Alegre, RS: Concórdia, São Leopoldo, RS: Sinodal, Comissão Interluterana de Literatura, 2021. p. 392.

CONSELHO Nacional de saúde. **NOTA PÚBLICA: CNS alerta sobre os riscos do uso da Cloroquina e Hidroxicloroquina no tratamento da Covid-19**. Governo Federal - Conselho Nacional de Saúde – Ministério da saúde, 2020. Disponível em: <https://conselho.saude.gov.br/ultimas-noticias-cns/1194-nota-publica-cns-alerta-sobre-os-riscos-do-uso-da-cloroquina-e-hidroxicloroquina-no-tratamento-da-covid-21>. Acesso em: 24 jun. 2024.

CONTI, Mario Sergio. **Notícias do Planalto**: a imprensa e Fernando Collor. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

CONWAY: Press Secretary Gave 'Alternative Facts'. NBC News, 22 jan. 2017. Disponível em: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643>. Acesso em: 26 jun. 2023.

CUNHA, Magali. As marcas das mídias sociais no voto das mulheres evangélicas. **Debates do NER**, Porto Alegre, ano 22, n. 42, p. 95-106, 2023.

CUNHA, Magali. **Do púlpito às mídias sociais**: Evangélicos na política e ativismo digital. Curitiba: Appris, 2019.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Fundamentalismos, crise da democracia e ameaça aos direitos humanos na América do Sul**: tendências e desafios para a ação. Salvador/ Bahia: Koinonia Presença Ecumênica e Serviço, 2020.

CUNHA, Magali; DAÉBS, Bianca; SANTANA, Ttarcilo. *Fake news nas igrejas: uma epidemia a ser curada*. **Le Monde Diplomatique**. São Paulo, 16 maio. 2022. n.p. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/fake-news-nas-igrejas-uma-epidemia-a-ser-curada/>. Acesso em: 22 dez. 2023.

D'ANCONA, Matthew. **Pós verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Tradução de Carlos Szlak. 1ª ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do Caos**: como as *fake news*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. Vestígio Editora, 2019.

DATA Folha: Instituto de Pesquisa. **24% dos eleitores usam Whatsapp para compartilhar conteúdo eleitoral**. Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2018/10/1983765-24-dos-eleitores-usam-whatsapp-para-compartilhar-conteudo-eleitoral.shtml>. Acesso em: 18, jul. 2023.

DATASENADO. **Mais de 80% dos brasileiros acreditam que redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas**. Senado Federal, Brasília-DF, 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/materias/pesquisas/mais-de->

80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinio-das-
pessoas. Acesso em: 18 jul. 2023.

DAVIES, Harry. **Ted Cruz Campaign using firm that harvested data on millions of unwitting Facebook users.** The guardian, 2015. Disponível em: <https://www.theguardian.com/us-news/2015/dec/11/senator-ted-cruz-president-campaign-facebook-user-data>. Acesso em: 3 jul. 2023.

DRESCHER, Elizabeth. **Tweet If You Heart Jesus: Practicing Church in the Digital Reformation.** Morehouse Publishing, 2011.

EBERT, Clarice. O espetáculo das *fake news* de uma sociedade nutrida por aparências. In: KURZAWA, Kitty (org.). **Verdade ou mentira?: uma análise cristã do fenômeno das fake news.** São Leopoldo, RS: Sinodal, p. 25-38, 2020.

EBERT, Cláudio Ernani. Personagens bíblicos que mentiram: a Bíblia e as *fake news*. In: KURZAWA, Kitty (org.). **Verdade ou mentira? uma análise cristã do fenômeno das fake news.** São Leopoldo, RS: Sinodal, p. 84-96, 2020.

FALCÃO, Guilherme. Como encontrar sentido de vida em meio as polarizações?. In: KURZAWA, Kitty (org.). **Verdade ou mentira?: uma análise cristã do fenômeno das fake news.** São Leopoldo, RS: Sinodal, p.111-119, 2020.

FERREIRA, Afonso; GALVÃO, Walder. **Terroristas bolsonaristas invadem Congresso Nacional,** Palácio do Planalto e STF, em Brasília. Globo.com, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2023/01/08/bolsonaristas-radicais-entram-em-confronto-com-a-policia-na-esplanada-e-sobem-rampa-do-congresso-nacional-em-brasilia.ghtml>. Acesso em: 27 jun. 2024.

FOLHAPRESS. **PADRE é hostilizado em missa após criticar uso de armas e da religião na política.** Amazonas Atual, 2022. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/padre-e-histilizado-em-missa-apos-criticar-uso-de-armas-e-da-religiao-na-politica/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

FONSECA, Alexandre Brasil; DIAS, Juliana (Coord.). **Caminhos da desinformação: evangélicos, fake news e WhatsApp no Brasil:** Relatório de pesquisa. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto NUTES de Educação em Ciências e Saúde, 2021.

FREIRE, Paulo. **Educação como prática da liberdade**. 16. ed. Rio de Janeiro, RJ: Paz e Terra, 1985.

G1 Vale do Paraíba e Região. **Mulher interrompe missa e discute com padre após ele citar Marielle Franco durante homilia em Jacareí**. Globo.com, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2022/10/18/mulher-interrompe-missa-e-discute-com-padre-apos-ele-citar-marielle-franco-durante-homilia-em-jacarei.ghml>. Acesso em: 26 jun. 2024.

GABATZ, Celso. Democracia, religião e política: os paradoxos entram a esfera pública e privada. **Revista Identidade!**. São Leopoldo, v. 25, n. 01, p. 19-32, jan./jun. 2020.

GELFERT, Axel. **Fake news: A Definition**. *Informal Logic*, Berlin, Alemanha, v. 38, n. 1, p. 84-117, 2018.

GESLEY, Jenny. **Germany: Network Enforcement Act Amended to Better Fight Online Hate Speech**. Library of Congress, 2021. Disponível em: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2021-07-06/germany-network-enforcement-act-amended-to-better-fight-online-hate-speech/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

GRAVES, Lucas. **Deciding Whats's True: the rise of political fact-checking in american journalism**. New York: Columbia University Press, 2016.

HAJE, Lara. **Projeto do Senado de combate a notícias falsas chega à Câmara**. Câmara dos deputados, 2020. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/673694-PROJETO-DO-SENADO-DE-COMBATE-A-NOTICIAS-FALSAS-CHEGA-A-CAMARA>. Acesso em: 30 jun. 2024.

HONORO, Raquel; TV Globo. **Após avaliação médica, Bolsonaro desiste de participar do debate da Globo**. Globo.com, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/eleicoes/2018/noticia/2018/10/03/apos-avaliacao-medica-bolsonaro-desiste-de-participar-do-debate-da-globo.ghml>. Acesso em: 16 jun. 2024.

IECLB, Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil. **Manifesto da IECLB sobre invasão em Brasília**. Porto Alegre, 9 jan., 2023. Disponível em: <https://www.facebook.com/IgrejaEvangelicadeConfissaoLuterananoBrasilOficial/post/s/pfbid02fgLmADmsV9tYabSG3HvqKTqMCUMzXGxv5gJuzgq57SezjtLjVhVCAHDqK8FdZ22PI>. Acesso em: 27 jun. 2024.

IPSOS Public Affairs. **Fake news, Filter Bubbles, Post-Truth and Trust**. Ipsos MORI – Social Research Institute, set. 2018. Disponível em: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-08/fake_news-report.pdf. Acesso em: 18 jul. 2023.

JUNIOR, Gilberto Scofielf. Desconstruindo as *Fake news*: o trabalho das agências de fact-checking. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 59-68, 2019.

KAISER, Brittany. **Manipulados**: como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque. Tradução de Roberta Clapp, Bruno Fiuza. 1ª ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2020.

KAUFMAN, Dora. A inteligência artificial mediando a comunicação: impactos da automação. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 49-58, 2019.

LIBÓRIO, Barbara; CUNHA, Ana Rita. **Notícias falsas foram compartilhadas ao menos 3,84 milhões de vezes durante as eleições**. Aos Fatos, 2018. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/noticias-falsas-foram-compartilhadas-ao-menos-384-milhoes-vezes-durante-eleicoes/>. Acesso em: 21 jun. 2024.

LIMA, Helder. **Apoio à direita faz jovens de esquerda deixarem igrejas evangélicas**. Rede Brasil Atual, 2022. Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/apoio-as-pautas-da-direita-faz-jovens-de-esquerda-deixarem-igrejas-evangelicas-diz-pesquisador/>. Acesso em: 26 jun. 2024.

LISBOA, Vinícius. **Estudo estima 17 mil mortes em seis países por uso de cloroquina contra Covid**. CNN Brasil, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/estudo-estima-17-mil-mortes-em-seis-paises-por-uso-de-cloroquina-contra-covid/>. Acesso em: 24 jun. 2024.

LOPES, Natan. **Jaques Wagner recebeu R\$ 82 mi em propina e caixa 2, diz PF; prisão preventiva foi negada**. Uol, 2018. Disponível em: [https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/02/26/jaques-wagner-recebeu-r-82-milhoes-em-propina-e-caixa-2-diz-pf.htm#:~:text=O%20TRF%2D1%20\(Tribunal%20Regional](https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/02/26/jaques-wagner-recebeu-r-82-milhoes-em-propina-e-caixa-2-diz-pf.htm#:~:text=O%20TRF%2D1%20(Tribunal%20Regional). Acesso em: 20 jun. 2024.

MACEDO JR., Ronaldo Porto. Liberdade de expressão ou dever de falar a verdade?. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 79-86, 2019.

MAIS de 80% dos brasileiros acreditam que redes sociais influenciam muito a opinião das pessoas. **Senado Federal**. Brasília-DF, 2019. Disponível em: <https://12.senado.leg.br/institucional/datasenado/materias/pesquisas/mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinio-das-pessoas>. Acesso em: 18 jul. 2023.

MARIANO, Ricardo. Deus é voto. **Revista de História da Biblioteca Nacional**. v. 8, n. 87, p. 30-31, 2012.

MELLO, Patrícia Campos. **2 em cada 3 receberam Fake news nas últimas eleições, aponta pesquisa**. Zero Hora, 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2019/05/2-em-cada-3-receberam-fake-news-nas-ultimas-eleicoes-aponta-pesquisa-cjvv85itz04zx01lljsmfvbco.html>. Acesso em: 18 jul. 2023.

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

MEMÓRIA Globo. **Debate Collor x Lula**. Globo.com, 2021. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/erros/debate-collor-x-lula/noticia/debate-collor-x-lula.ghtml>. Acesso em 18 jun. 2024.

MONTEIRO, Ester. **Projetos em análise no Senado combatem desinformação e Fake news**. Senado Notícias, 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/09/26/projetos-em-analise-no-senado-combatem-desinformacao-e-fake-news#:~:text=Na%20pauta%20do%20Congresso%20Nacional>. Acesso em: 30 jun. 2024.

MORI, Letícia. **'Diziam que eu não era cristão de verdade'**: os evangélicos que mudaram de igreja por causa do bolsonarismo. BBC News Brasil, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-63055714>. Acesso em: 26 jun. 2024.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. **A eleição disruptiva**: por que Bolsonaro venceu. Editora Record: Rio de Janeiro, 2ª ed. 2019.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

NULL. **Manifesto da IECLB sobre invasão em Brasília**. Portal Luterano, 2023. Disponível em: <https://www.luterano.org.br/manifesto-da-ieclb-sobre-invasao-em-brasilia/>. Acesso em: 27 jun. 2024.

OLIVEIRA, Thaísa. **Governo veiculou campanha milionária pró Reforma da Previdência um dia antes de desistir da proposta**. Gazeta do povo, 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/a-protagonista/governo-veicula-campanha-milionaria-pro-reforma-da-previdencia-um-dia-antes-de-desistir-da-proposta/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

PENA, Lara Pontes Juvêncio. *Fake news: uma breve análise acerca de sua trajetória internacional, consequências políticas e perspectiva jurídica*. **Revista Dizer**, Fortaleza – CE, v.3 n. 1, p. 136-150, 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/dizer/article/view/39923>. Acesso em: 20 jul. 2023.

PESSOA, Gabriela Sá. **“Os Dez Mandamentos” bate recorde de bilheteria “esgotando” salas vazias**. Folha de São Paulo, 2016 - Ilustrada. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/04/1759482-os-dez-mandamentos-bate-recorde-de-bilheteria-esgotando-salas-vazias.shtml>. Acesso em: 19 jun. 2024.

PINHEIRO, Joel. *Fake news e o futuro da nossa civilização*. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-Verdade e Fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. Rio de Janeiro, RJ: Cobogó, p. 87-96, 2019.

PRAZER, KARNAL - CANAL OFICIAL DE LEANDRO KARNAL. **As fake news surgiram bem antes da internet** | Leandro Karnal Série 'Fake news' #1 |. 9 dez. 2019. 1 vídeo. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ekmmvqWHTYA>. Acesso em: 21 jun. 2023.

RODRIGUES, Nelson Lellis Ramos. As eleições de 2018 e o impacto das redes sociais no Brasil. **Revista Reflexus**, v. 13, n. 21, p. 165-183, jan./jun. 2019.

SANTANA, Gislane Pereira; SIMEÃO, Elmira Luiza Melo Soares. **Notícias falsas: origens, meios de disseminação, contextos e enfrentamento**. São Paulo, 2019.

SANTOS, Wigvan Junior Pereira dos. **Sofistas**. Mundo Educação. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/filosofia/sofistas.htm#:~:text=Os%20sofistas%20e>

ram%20considerados%20mestres,um%20dos%20mais%20importantes%20sofistas. Acesso em: 04 de jun. de 2024.

SATORI, Alana Taíse Castro; HAHN, Noli Bernardo. Os impactos das *fake news* religiosas na democracia brasileira contemporânea. **Revista Ilustração**, v. 1, n. 1, p. 87-97, 2020.

SEGURADO, Rosemary. **Desinformação e democracia: a guerra contra as fake news na internet**. São Paulo, Hedra, 2021.
SEIXAS, Rodrigo. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **Revista Eletrônica De Estudos Integrados Em Discurso E Argumentação**, n.18, p. 122-138, 2019.

SEVERO, Denise Osório. Impactos da ascensão dos movimentos de extrema-direita sobre os Direitos Humanos no contexto do Brasil: uma proposta de matriz de análise. **REIS Revista de Ciências Sociais**. Rio Grande, v. 4, n. 1 jan./jun., p. 14- 21, 2020.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Concentração, modulação e desinformação nas redes. In: AZEVEDO, José Sérgio Gabrielli de; POCHMANN, Marcio. (Orgs.). **Brasil: incertezas e submissão?** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, p. 27-44, 2019.

SIPAÚBA, Alynne; DOMIN, Mariana; FARIAS, Marina; ROCHA, Raquel. O Presidente do Brasil e a falaciosa ideologia de gênero. **Bareia: informações e checagem de notícias**. 25 maio. 2020. n.p. Disponível em: <https://coletivobereia.com.br/o-presidente-do-brasil-e-a-falaciosa-ideologia-de-genero/>. Acesso em: 15 jan. 2024.

SOARES, Jussara. **Time digital de Bolsonaro distribui conteúdo para 1.500 grupos de WhatsApp**. O Globo, 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/time-digital-de-bolsonaro-distribui-conteudo-para-1500-grupos-de-whatsapp-23134588>. Acesso em: 6 jul. 2023.

SOBRINHO, Wanderley Preite. **‘Medo’ e ‘desconfiança’: 11 milhões de pessoas não se vacinaram contra covid no Brasil**. UOL. 24/05/2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2024/05/24/medo-desconfianca-vacinacao-covid-ibge-pnad-continua.htm>. Acesso em: 04 jul. 2024.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às *Fake news*. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, p. 759-782, 2018.

TOSI, Giuseppe. Religião e política: três possíveis relações. **Religare**, João Pessoa, v. 15, n. 2, dez. p. 382-421, 2018.

VERDADE. In: DICIO, **Dicionário Online de Português**. Porto: 7Graus, 2022.
Disponível em: <https://www.dicio.com.br/verdade/>. Acesso em: 07 de mar. de 2022.

VILLASEÑOR, Rafael López. *Fake news* e religião no desempenho político.
Cadernos do Centro de Estudos Missionários Latino-Americano, n. 8, p. 11-32, 2021.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Desordem da informação**: em direção a uma estrutura interdisciplinar para pesquisa e formulação de políticas.
Estrasburgo: Conselho da Europa, 2017.

WISCH, Taiana Luísa. SCHROEDER, Tiago. Mulheres e *Fake news*: ataques pessoais e desvalorização além do conteúdo. In. SILVEIRA, Resiane Paula da. **Questões Contemporâneas em Religião**, v. 1, p. 41-54, 2024.

WISCH, Taiana Luísa; TESCH, Lohan Schulz. Um olhar para a sociedade do século XXI: Contribuições da Teologia Feminista e da Teologia Negra. **Coisas do Gênero: Revista de estudos feministas em Teologia e Religião**, São Leopoldo, v. p, n. 1, p. 186-204, 2023.