

Refutações contra *fake news* no Twitter de Jair Bolsonaro entre 2015 e 2020: ataques contra a imprensa, deflexões e fontes para desmentidos¹

Refutations against *fake news* on Jair Bolsonaro's Twitter between 2015 and 2020: attacks against the press, deflection, and sources for denials

Refutaciones contra las *fake news* en el Twitter de Jair Bolsonaro entre 2015 y 2020: ataques a la prensa, desvíos y fuentes de desmentidos

Ivan Paganotti

Universidade Metodista de São Paulo | ivanpaganotti@gmail.com

Submissão: 31 ago. 2022

Aceite: 26 dez. 2022

¹ Esse artigo atualiza e expande pesquisa realizada com auxílio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) – Processo nº 2020/15055-9 –, originalmente discutida no 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, realizado entre 9 e 12 de novembro de 2021, na modalidade virtual.

Resumo: A literatura acadêmica já demonstra a dificuldade em definir limites para o que seriam “notícias falsas”, um termo mobilizador adotado por atores políticos para atrair atenção do público e desacreditar seus críticos. Este artigo avalia como Jair Bolsonaro refuta críticas e denúncias publicadas por jornalistas, descartando seus relatos ou posicionamentos como *fake news*. A análise se volta aos alvos das críticas de Bolsonaro (principalmente veículos e jornalistas da grande mídia) e a como ele justifica suas acusações ou comprova a falsidade dos relatos midiáticos baseado primordialmente em seu próprio testemunho ou em fontes alinhadas. Para isso, foi coletada uma amostra de 97 tweets publicados na conta @jairbolsonaro entre 2015 e 2020, demonstrando como o rótulo *fake news* é subvertido, replicando (e, surpreendentemente, até adiantando, ainda em 2015) estratégia de deflexão de críticas adotada pelo ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump.

Palavras-chave: notícias falsas; desinformação; descrédito; imprensa; bolsonarismo.

Abstract: The academic literature already demonstrates the difficulty in defining limits for what would be fake news, a mobilizing term adopted by political actors to attract public attention and discredit their critics. This article evaluates how Jair Bolsonaro refutes criticisms and denunciations published by journalists, dismissing their reports or positions as fake news. This paper considers the targets of Bolsonaro’s criticism (primarily mainstream media vehicles and journalists), and how he justifies his accusations or proves the falsity of media reports based primarily on his own testimony or aligned sources. For this, a sample of 97 tweets published on the @jairbolsonaro account between 2015 and 2020 was analyzed, demonstrating how the label fake news is subverted, replicating (and, surprisingly, even advancing, still in 2015) the strategy of deflecting criticism adopted by former US President Donald Trump.

Keywords: fake news; disinformation; discredit; press; bolsonarism.

Resumen: La literatura académica ya demuestra la dificultad para definir los límites de lo que serían las *fake news*, un término movilizador adoptado por los actores políticos para atraer la atención del público y desacreditar a sus críticos. Este artículo evalúa cómo Jair Bolsonaro refuta las críticas y denuncias publicadas por los periodistas, desestimando sus informes o posiciones como *fake news*. El trabajo analiza cuáles son los objetivos de las críticas de Bolsonaro (principalmente los medios de comunicación y los periodistas), y cómo justifica sus acusaciones o demuestra la falsedad de los informes de los medios de comunicación basándose principalmente en su propio testimonio o en fuentes alineadas. Para ello, se estudió una muestra de 97 tuits publicados en la cuenta @jairbolsonaro entre 2015 y 2020, demostrando cómo se subvierte la etiqueta de *fake news*, replicando (y, sorprendentemente, incluso avanzando, todavía en 2015) la estrategia de desviar las críticas adoptada por el expresidente estadounidense Donald Trump.

Palabras clave: fake news; desinformación; descrédito; prensa; bolsonarismo.

Introdução

Em períodos de crise como o atual, conflitos entre comunicadores da imprensa e representantes políticos não se restringem a divergências sobre quais seriam os problemas mais urgentes, ou quais as soluções mais adequadas; envolvem a própria representação da realidade compartilhada e quem tem legitimidade para delimitar os fatos. O Brasil é um dos terrenos em disputa nessa guerra midiática, mas as táticas aqui empregadas parecem já ter sido antes testadas em batalhas travadas em outros fronts. Analistas e acadêmicos nos campos da comunicação e da ciência política já identificaram previamente que o presidente Jair Bolsonaro parece seguir estratégias e discursos políticos do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, desde o período em que ainda era um deputado federal com objetivos presidenciais (ITUASSU et al, 2019). Há um paralelo particular na estratégia relacionada a acusações de *fake news*: em um primeiro momento, os líderes dos EUA e do Brasil foram acusados de propagar notícias falsas e de se beneficiar de sua difusão por terceiros em redes sociais, conectando seu sucesso eleitoral com um cenário de desinformação online; em um segundo momento, esses líderes apropriam-se de forma bastante peculiar do conceito e passam a desacreditar denúncias ou críticas de seus opositores como se fossem “notícias falsas” que não merecem confiança. Essa apropriação do conceito das *fake news* levou o republicano Trump a sugerir que ele próprio teria sido o responsável por criar o uso político do termo, ainda que abundem evidências de que outros atores políticos e jornalistas já utilizavam essa expressão anteriormente, inclusive em acusações contra desinformação que favorecia Trump ou atacava sua rival eleitoral na campanha de 2016, a democrata Hillary Clinton (WENDLING, 2018). Waisbord (2018) destaca que a recente ascensão de lideranças populistas é, ao mesmo tempo, um sintoma e uma das causas do cenário de pós-verdade, pois esses representantes políticos exploram a desconfiança de alguns setores populares contra a elite midiática e reforçam uma sensação generalizada de que os fatos perdem sua força ante crenças e impressões subjetivas na formação da opinião pública.

Tandoc Jr., Lim e Ling (2017) já alertavam sobre a dificuldade em definir de forma precisa e unívoca o termo *fake news*, conceito polissêmico que, mesmo na bibliografia acadêmica, varia entre paródias e sátiras jornalísticas (BORDEN; TEW, 2007) até propaganda política dissimulada ou publicidade nativa que emula formato jornalístico (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017). Com crescente popularidade, a expressão *fake news* passou a ser apropriada por atores políticos que subverteram seu sentido para desacreditar denúncias ou críticas embasadas em fatos como se essas fossem as “notícias falsas” (ROSS; RIVERS, 2018), com o objetivo de “descredibilizar cada vez mais o jornalismo e seus profissionais” (RÊGO; BARBOSA, 2020, p. 159). A indefinição do termo e sua apropriação por lideranças populistas que pretendem erodir a crítica da imprensa independente, acolhendo no seu lugar boatos publicados em veículos “alternativos” sem compromisso com a ética e a apuração próprias do jornalismo, fez com que muitos comunicadores e acadêmicos evitassem a expressão “notícias falsas” (ZUCKERMAN, 2017), substituindo-a por termos mais precisos, como “notícias fraudulentas” (BUCCI, 2018).

Considerando a problemática definição do que é *fake* – e quem teria legitimidade para definir o que é falso ou não –, este artigo parte do seguinte problema: considerando que “notícias falsas” são elemento central nos ataques proferidos por (e contra) Bolsonaro,

o que ele considera ser *fake news* e como elas deveriam ser combatidas, em sua retórica política? O objetivo é identificar as estratégias argumentativas adotadas por Jair Bolsonaro para desacreditar veículos da imprensa, jornalistas e adversários políticos, descaracterizando as críticas ou denúncias direcionadas a ele como “notícias falsas”.

É necessário pontuar que pesquisas acadêmicas ainda divergem sobre as fronteiras conflituosas do conceito de *fake news*. Por isso, a segunda seção deste texto foca especificamente na retórica de lideranças políticas emergentes que se apropriaram do termo, refratando acusações iniciais de que seriam beneficiadas pela proliferação de notícias falsas, para posteriormente acusar seus detratores justamente de publicarem notícias falsas, uma confusa disputa sobre regimes da verdade e sobre quem tem autoridade para atestar a veracidade ou a falsidade de afirmações. A terceira seção avança em algumas questões ainda abertas no levantamento bibliográfico, expondo os métodos de pesquisa adotados para coletar e interpretar as mensagens publicadas no Twitter de Jair Bolsonaro sobre *fake news* e notícias falsas entre 2015 e 2020, as quais serão analisadas e categorizadas a seguir. Por fim, a quarta parte discute como a análise da amostra pode ajudar a compreender melhor os mecanismos adotados pelo bolsonarismo, bem como suas mudanças ao longo do tempo, identificando tendências na sua evolução recente que apontem para novas possibilidades de responder aos ataques promovidos por sua liderança contra a imprensa e outros atores da oposição.

Fundamentação: populismo digital e deflexão de *fake news*

Ao analisar a estratégia comunicativa do então presidente norte-americano Donald Trump no Twitter, Ross e Rivers (2018, p. 4, tradução nossa) já apontavam o uso de uma estratégia de “deflexão”, terminologia emprestada da tática militar para tratar de um “ataque ao mensageiro, mudando direções”, com um “ataque à mídia em tentativa de erodir a confiança pública. Reformular a história como *fake news* e estabelecer a administração Trump como a fonte da verdade”². Considerando que muitas estratégias políticas e comunicacionais do trumpismo foram repetidas pelo bolsonarismo (ITUASSU et al, 2019), não surpreende que o líder brasileiro também procure desacreditar críticas e denúncias da imprensa, descartando-as ao descrevê-las como *fake news*, ainda mais quando consideramos que a dependência de redes sociais como o Twitter foi ainda maior para a eleição e a conexão de Bolsonaro com seu público após eleito (REBOUÇAS, 2019, p. 4).

Ao analisar o discurso bolsonarista em ambiente online, Cesarino (2019) parte dos dois eixos populistas sinalizados por Laclau (2012): de um lado, um recorte por *diferença*, no qual se explora o antagonismo amigo/inimigo ou povo/elite; de outro, um alinhamento por *equivalência*, em que se reforça a contiguidade líder/povo. Se, nessa leitura tradicional da ciência política, o populismo do século XX relacionava-se à ascensão dos veículos massivos audiovisuais, agora, o “populismo digital”, que prolifera nas novas plataformas online, apresenta também algumas novas especificidades, devido aos novos potenciais de apresentação e interação, próprios desses espaços hipermediáticos (CESARINO, 2019). Assim, ao lado dos dois eixos de diferença e equivalência (LACLAU, 2012), Cesarino (2019,

² No original: “Deflection. Attack messenger, change direction. Attack media in an attempt to erode public trust. Reframe story as ‘fake news’ and establish Trump administration as source of truth” (ROSS; RIVERS, 2018, p. 4).

p. 533) acrescenta três novas funções do populismo digital, totalizando cinco estratégias da comunicação política do populismo digital:

Identifiquei, ainda, outras três funções discursivas igualmente importantes que, ainda que compatíveis com a teoria de Laclau, podem decorrer de outros campos de produção do conhecimento sobre psicologia de massas, como estratégia militar e marketing [...]. São estas: mobilização permanente através de conteúdos alarmistas e conspiratórios; espelho invertido do inimigo e devolução de acusações; e criação de um canal direto e exclusivo de comunicação entre a liderança e seu público através da deslegitimação de instâncias de produção de conhecimento autorizado na esfera pública (notadamente, a academia e a imprensa profissional). Dentro da minha experiência de pesquisa, essas cinco funções foram suficientes para praticamente esgotar o universo massivo de conteúdo digital – memes, vídeos, áudios, textos – que circulou amplamente durante e após a campanha eleitoral no aplicativo WhatsApp...

Cesarino (2019, p. 533) filiou a essa linhagem do “populismo digital” o processo de “espelho invertido do inimigo e devolução de acusações”, pelo qual se denuncia seus críticos pelos mesmos atos por si cometidos – nesse caso, lideranças criticadas por se beneficiar eleitoralmente da disseminação de notícias falsas passam a acusar de *fake news* a imprensa independente. Conforme a autora, o “canal direto e exclusivo de comunicação entre a liderança e seu público através da deslegitimação de instâncias de produção de conhecimento autorizado na esfera pública (notadamente, a academia e a imprensa profissional)” encaixa-se da mesma forma nesse processo de restrição das paisagens midiáticas aceitáveis pela militância, que prefere os canais sancionados pelo líder ou os seus próprios espaços de transmissão direta e interação pelas redes sociais. Berti e Carvalho (2019, p. 138-139) reforçam essa análise, destacando que o discurso bolsonarista em redes sociais “revela que seu interesse era quebrar intermediações ou representações”, pois somente Bolsonaro, “em si, teria o poder de representar-se na rede escolhida: o microblog Twitter”. Essa estratégia de comunicação procuraria ao mesmo tempo centralizar o controle da expressão, diminuindo a dependência das mídias tradicionais para a difusão dos discursos políticos, e construir uma sensação de descentralização e proximidade, levando o líder a se aproximar da militância por suas plataformas sociais, “construindo uma ideia de democracia e governo com relação direta entre governante e governado, na qual as demais instâncias de representação – incluindo a imprensa tradicional, por exemplo – ficam em planos menores”.

Ao analisar 4 mil tweets de Bolsonaro, entre 2016 e 2018, Aggio e Castro (2020, p. 453 e 460) já haviam demonstrado uma frequência considerável de 37,7% de mensagens com tonalidade populista, entre as quais havia prevalência de ataques às elites da política (11%), da mídia (7,6%) e da cultura (8,5%). Essa análise se embasa em elementos da retórica populista que se alinham à classificação de Cesarino, discutida anteriormente: “ênfase na soberania do povo [...], advocacia dos interesses do povo [...], ‘ostracização’ do outro [...], ataque às elites [...] e enaltecimento da pátria-mãe” (AGGIO; CASTRO, 2020, p. 446).

Seguindo a interpretação da literatura consultada, erodir a legitimidade da imprensa como “falsa” (TOLENTINO, 2019) fortalece a dependência na confiança cega na palavra do líder (ZUCKERMAN, 2017), mesmo quando ele não apresenta provas para sustentar suas acusações e críticas de mentiras e fraudes alheias (VISCARDI, 2020, p. 1153). Como visto, a estratégia de ressignificação das notícias críticas como “falsas” alinha-se com ferreamentas tradicionais populistas, como a construção de uma relação direta entre liderança e povo em oposição às elites – que se reflete em uma tática bolsonarista de “ataque à elite midiática” (AGGIO; CASTRO, 2020, p. 449) – e a cooptação de “significantes flutuantes” (LACLAU, 2012, p. 238), uma apropriação de termos ao mesmo tempo definidores de identidade e conceitualmente indefinidos, e por isso em constante disputa política (SILVA, 2020), como os fronts de batalha, pontos de tensão por não estarem sob controle total e na linha de contato com adversários.

Analogamente, a indefinição do que é *fake* seria passível de incluir posições divergentes (como críticas e denúncias publicadas na imprensa contra líderes populistas), assim excluindo-as do debate público – ou seja, jogando-as para além da terra-de-ninguém nessa batalha midiática.

[...] a flutuação de significantes é instada pela *vontade negacionista* histórica como um tipo de *revisão ideológico* [...]. Esse tipo de operação sobre a realidade busca apagar/negar a existência de fatos específicos ou alterar drasticamente a interpretação consagrada a eles pela historiografia (*contramemórias*), ainda que sem nenhum tipo de evidência factual nova. Em geral, o que desencadeia movimentações dessa natureza, intenta, única e exclusivamente, a validação de um arcabouço ideológico próprio e de um projeto de poder que, para se impor, precisa alterar eventos que podem colocar em xeque um grupo de consensos e acordos que garantem seu efeito de legitimidade (SILVA, 2020, p. 1178, grifo no original).

Ao fomentar divergências sobre fatos históricos, teorias científicas ou eventos atuais, esses movimentos não agem apenas como populistas, mas beiram o que Schuback (2021) classifica como “fascismo da ambiguidade”. A autora destaca que não há dúvida sobre o sentido fascista desses movimentos, mesmo que sejam frequentemente negados pela retórica de seus líderes, pois torna-se evidente em suas práticas e em seus discursos mais reveladores – ao perseguir e discriminar minorias, por exemplo. A ambiguidade não ameniza o regime autoritário, mas é o instrumento de expansão gradativa do fascismo, que explora dúvidas, desconfiança, incertezas e divergências para expandir a tolerância a seus discursos opressores, ou para descaracterizar perspectivas antagônicas a fim de “desmentir e não apenas mentir” (SCHUBACK, 2021, p. 70), refutando críticas e acusações com informações questionáveis.

Esse processo cria também um “agendamento reativo” (PENA, 2019, p. 12): após suas falas serem denunciadas pela mídia, Bolsonaro critica essas publicações, que por sua vez novamente noticiam suas divergências, em um curto-circuito. Trata-se de um refluxo que une *clickbait* e desgaste institucional e que reforça a tradição da mídia brasileira em dar palanque a ataques de Bolsonaro, algo que o elevou, na década passada, de um deputado do baixo clero ao palco nacional, com o trampolim de programas televisivos apelativos – uma dependência

divergente entre Bolsonaro e a imprensa, no qual os polos opostos não conseguem deixar de ter sua atenção atraída justamente por precisarem se contrapor com tanta veemência (CIOCCARI; PERSICHETTI, 2018).

Por fim, ao analisar a comunicação de Bolsonaro no Twitter, Soares (2020, p. 19) aponta que sua “estratégia é limitar o ecossistema midiático/informacional apenas às páginas que produzem conteúdo a seu favor”, em duplo movimento de promoção de sites alinhados e denúncia de divergentes – processo central, como veremos a seguir, na seleção bolsonarista de quais são os alvos das críticas por publicarem *fake news* e quais os veículos de confiança em seu espectro ideológico, citados para embasar essas críticas. É interessante destacar que essa restrição das paisagens midiáticas exclusivas a um alinhamento ideológico preferencial pode ser articulada de forma bastante eficaz com outras plataformas de redes sociais ou para envio de mensagens digitais, nas “chamadas redes policêntricas segmentadas e integradas, ou SPIN (*segmented, polycentric, integrated networks*)”, visto que são grupos e páginas em rede, sem um único polo emissor preferencial (portanto, policêntricas), com recortes para temas e interesses segmentados, e ao mesmo tempo integrados, para que os conteúdos – e também os integrantes – possam fluir de uma plataforma, página ou grupo para outro (SANTOS; SANTOS, 2019, p. 52).

Esse processo explica por que mensagens das lideranças políticas são replicadas pelos seguidores (em modelo mais tradicional de transmissão massiva, de cima para baixo), da mesma forma como conteúdos criados por usuários comuns podem também ser captados por lideranças regionais ou nacionais, e então replicados em novos espaços (em modelo de maior capilaridade, com fluxos de baixo para cima ou com transversalidade entre grupos com poucos nós de contato). Essa flexibilidade nos fluxos de mensagens dificulta a avaliação de quais dessas mensagens são produzidas intencionalmente pelas lideranças políticas, e essas mesmas redes divulgam frequentemente conteúdo com estética amadora que comprovaria serem produzidos pela “militância voluntária e ativa” (SERELLE; SOARES, 2021, p. 3), ou seja, um movimento de base, *grassroots*/rizomático, e não controlado de forma centralizadora. Essas mensagens circulam em contexto de resignificação do próprio sentido do que seria *fake news*, conceito que passa a abarcar informações descontextualizadas, conteúdo humorístico, memes, vídeos e áudios apócrifos; ao mesmo tempo cai a circulação de conteúdos falsos simulando formatos jornalísticos, visto que a própria imprensa passa a ser alvo de ataques e desconfiança por parte do público, que prefere confiar em produtores midiáticos amadores que, supostamente, não seriam controlados como a mídia tradicional (PAGANOTTI; SAKAMOTO; RATIER, 2019).

Esse fluxo múltiplo ajuda a entender quais conteúdos são considerados relevantes para tornarem-se “discursos circulantes” (CHARAUDEAU, 2006, p. 118) por serem considerados relevantes entre diferentes lideranças e seguidores políticos nas redes digitais. É importante destacar que esse fenômeno não ocorre somente nos períodos eleitorais, visto que, nos grupos bolsonaristas online, há “manutenção de um nível de engajamento que pode espelhar, no ambiente digital, a estratégia de campanha permanente” (RATIER, 2020, p. 54), o que justifica a análise de períodos longos para avaliar a evolução do uso de desinformação contra relatos noticiosos, como a proposta defendida neste artigo, detalhada a seguir.

Metodologia

Os tweets postados pela conta oficial de Jair Bolsonaro (@jairbolsonaro) no Twitter³ foram coletados inicialmente em agosto de 2020 usando a ferramenta LTWEET, desenvolvida pelo Laboratório de Convergência de Mídias da Universidade Federal do Maranhão (Labcom/UFMA)⁴, o que permitiu criar tabelas com os conteúdos postados por Bolsonaro nos anos de 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 e 2020. O marco inicial do recorte procurou postagens anteriores à disseminação dos termos “*fake news*” e “notícias falsas” conectados com votações nos Estados Unidos e no Reino Unido, em meados de 2016; por isso, foi incluído também o ano anterior. Essa primeira coleta gerou uma tabela com 7.264 tweets de janeiro de 2015 e agosto de 2020. Por meio de busca de palavras, foram selecionados os tweets que adotavam o termo “*fake*”, “falso”, “falsa”, “falsos” e “falsas” na caracterização da imprensa como notícia falsa ou *fake news*⁵, resultando em 96 tweets no período.

Infelizmente, a ferramenta LTWEET encontra-se inacessível desde o final de 2020; por isso, a coleta das postagens de agosto a dezembro desse ano foi feita por meio de uma ferramenta complementar desenvolvida pela VoltData, na página *Tweet de Bolso*, que salva tweets postados pelo presidente e os disponibiliza para consulta⁶. Para essa nova coleta complementar, foram selecionados somente tweets que continham as mesmas palavras-chave – “*fake*”, “falso”, “falsa”, “falsos” e “falsas” –, quando conectados com o noticiário, resultando em mais um tweet, no final de 2020⁷.

Assim, a análise considera uma amostra de 97 tweets. Foi gerada uma tabela com campos descritivos (conteúdo textual do tweet, data e horário de publicação, link, número de curtidas, compartilhamentos e comentários, perfis mencionados, uso de hashtags, imagens ou vídeos, citação de outros tweets) e analíticos (indivíduo, instituição ou veículo da imprensa alvo da crítica; temática discutida no tweet; fonte apresentada por Bolsonaro para desacreditar ou reprovar [*debunk*] o alvo da crítica), adaptando procedimento de coleta e análise já adotado em estudos anteriores (PAGANOTTI, 2021). Por fim, para comparar a evolução do uso da expressão, foram gerados gráficos pelo Google Trends.

³ Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro>>.

⁴ Disponível em: <<https://www.labcomdata.com.br/>>.

⁵ Assim, foram excluídos 12 tweets que usavam os termos fake/falso/falsa/falsos/falsas, mas não tratavam de críticas à imprensa, como, por exemplo, na postagem de 2 de abril de 2020: “Força-Tarefa Previdenciária integrada pela Secretaria Especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia, PF e MPF descobre fraudes de benefícios por incapacidade no Paraná. A quadrilha causou um prejuízo de mais de R\$1,1mi com a utilização de atestados médicos falsos”. Disponível em: <<https://acortar.link/Nq10O7>>.

⁶ Disponível em: <<https://voltdata.info/tweetsdebolso>>.

⁷ Ambas as ferramentas indicadas adotam processos análogos de construção de bancos de dados, salvando as postagens da conta selecionada do Twitter, permitindo a posterior navegação pelas mensagens ou busca por palavras-chave, o que evita discrepâncias na construção da amostragem por meio desses dois métodos complementares. Além disso, a análise do Gráfico 1, a seguir, mostra que a quantidade reduzida de postagens no segundo semestre de 2020 segue tendência linear de redução de postagens no semestre anterior. Mesmo descartando a postagem no período após agosto de 2020 (coletado usando a ferramenta do VoltData, após o bloqueio do LTWEET), as hipóteses e análises desenvolvidas na parte a seguir deste artigo continuam válidas. Ainda que desnecessária para o argumento central da pesquisa, essa postagem foi incluída na análise para a completude do período da pesquisa, concluindo o ano de 2020.

Seguindo os princípios da ciência aberta (SILVA; SILVEIRA, 2019) e respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018⁸, os dados brutos coletados e as classificações adotadas nesta pesquisa estão disponíveis em banco de dados online⁹.

Análise

A primeira menção aos termos selecionados na metodologia surge em postagem de Bolsonaro criticando “notícia falsa” publicada sobre o estatuto do desarmamento. Apesar de não identificar o alvo da crítica, o link postado se refere ao *Jornal Nacional*, da *Rede Globo*, com contestação do blog do olavista Felipe Moura Brasil no site da *Veja* (Figura 1).

Figura 1. Tweet publicado por Bolsonaro em 2015 sobre “notícia falsa”



Fonte: Reprodução. Disponível em: <<https://acortar.link/16sLqp>>.

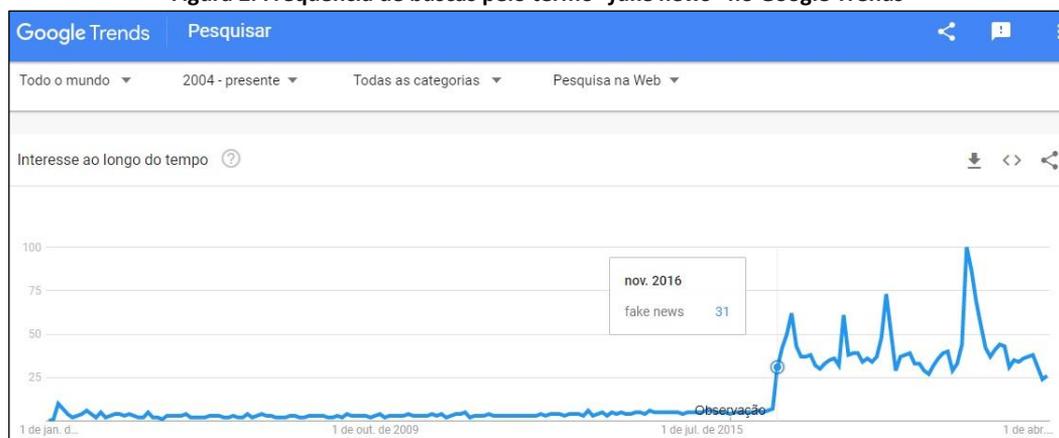
⁸ A LGPD garante, em seu artigo 7º, inciso IV, o uso de dados pessoais para “a realização de estudos por órgão de pesquisa”, destacando, no inciso X, parágrafo 4º, que a exigência de consentimento prévio e explícito é dispensada “para os dados tornados manifestamente públicos pelo titular”, caso das publicações em redes sociais no perfil público de Bolsonaro que esta pesquisa analisa.

⁹ Disponível em: <<https://acortar.link/uGpArS>>.

É importante destacar que, em 2015, o termo “notícia falsa” não havia ainda conquistado reconhecimento global, que viria em novembro do ano seguinte (Figura 2), após a eleição presidencial norte-americana. A partir de novembro de 2016, o termo “*fake news*” passa a sintetizar os conteúdos falsos que circulavam em redes sociais e sites que imitavam o formato jornalístico para publicar informações sem embasamento.

Ainda que a expressão tivesse outros usos prévios em alguns nichos no final do século XX e na primeira década do século XXI – como a autodenominação de humoristas que faziam sátiras parodiando programas jornalísticos (BORDEN; TEW, 2007) –, e alguns veículos já usassem esporadicamente o conceito para criticar sites que publicavam inverdades em 2014 (SILVERMAN, 2017), o termo encontraria grande reconhecimento global e político no final de 2016. A Figura 2 mostra a frequência com que a expressão é pesquisada em relação a seu pico, em março de 2020 (100%), durante o início da pandemia de coronavírus: antes de outubro de 2016, o termo oscilava em índices entre 2 e 5% do pico, mas, em novembro daquele ano, atinge 31%.

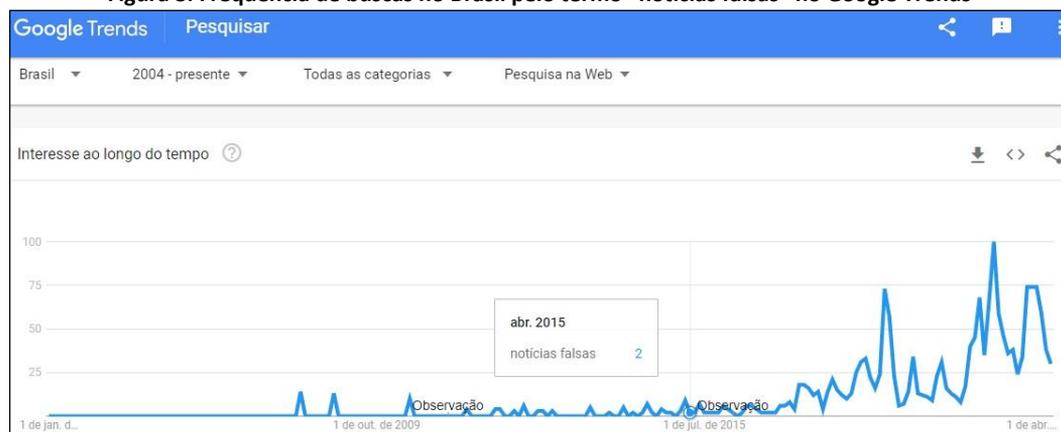
Figura 2. Frequência de buscas pelo termo “fake news” no Google Trends



Fonte: Google Trends. Disponível em: <<https://acortar.link/OZyvB1>>.

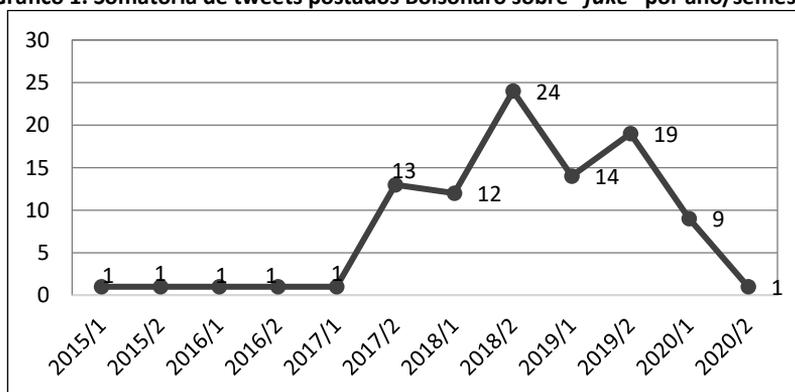
Considerando somente as pesquisas sobre o termo “notícias falsas” no Brasil, a mesma ferramenta do Google Trends permite visualizar que a expressão apresenta pico em agosto de 2020, na confluência de pandemia, Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) e investigação no Supremo Tribunal Federal (STF) sobre o tema. Quando Bolsonaro postou sua mensagem analisada, em abril de 2015, o termo apresentava somente 2% do volume do pico; o termo parece ter se popularizado nos anos seguintes, com patamar mais elevado só alcançado próximo da eleição de 2018¹⁰ (Figura 3).

¹⁰ Surpreendentemente, para “notícia falsa”, no singular, o Google Trend aponta pico anterior, em 2004, 25 pontos percentuais acima da frequência do termo em agosto de 2020. Não há clareza para o motivo do pico anterior ao uso reconhecido na literatura científica, o que demanda pesquisa posterior sobre o fenômeno.

Figura 3. Frequência de buscas no Brasil pelo termo “notícias falsas” no Google Trends

Fonte: Google Trends. Disponível em: <<https://acortar.link/NWObaD>>.

Já classificado por Vitorino e Renault (2020, p. 230) como um dos “principais impulsionadores do acionamento da expressão”, Bolsonaro parece ter se antecipado à tática trumpista para descrédito de críticas e denúncias, processo identificado por Ross e Rivers (2018) entre o final 2016 e o início de 2017. Ainda assim, a frequência crescente com que a expressão é usada por Bolsonaro após 2017 (Gráfico 1) sugere que sua ferramenta antes acionada esporadicamente ganha centralidade tática após experiência relativamente bem-sucedida de Trump ao ressignificar o termo antes usado para criticá-lo, voltando-o contra seus críticos.

Gráfico 1. Somatória de tweets postados Bolsonaro sobre “fake” por ano/semestre

Fonte: Elaboração do autor.

É possível interpretar a queda no uso desses termos em 2020 devido ao avanço das investigações do STF e da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) sobre a conexão de lideranças bolsonaristas e disseminadores de *fake news*; em outras palavras, o termo precisou ser evitado quando passou a ser novamente apontado contra aliados de Bolsonaro, dessa vez também com punições legais contra políticos e comunicadores bolsonaristas.

Ao analisar que instituições ou indivíduos foram caracterizados por Bolsonaro como divulgadores de “*fake news*” ou “notícias falsas” (Tabela 1), órgãos da imprensa e jornalistas são o alvo mais frequente dessa crítica, em 51,55% da amostra (N=50). Veículos da imprensa tradicional, como *Folha de S.Paulo* (N=14), veículos do Grupo Globo (N=10), revista *Veja* (N=6) e *O Estado de S. Paulo* (N=5), prevalecem nesse recorte. Em 39,18% (N=38) não havia um alvo específico, com críticas genéricas à mídia ou a opositores¹¹. Já políticos de oposição foram alvo de 10,31% (N=10) dessas críticas, com destaque para Partido dos Trabalhadores (N=4); Fernando Haddad, candidato do PT à presidência em 2018 (N=3); e a ex-aliada Joice Hasselmann, deputada federal do PSL de São Paulo (N=2).

Tabela 1. Alvos apontados por Bolsonaro como “fake/falso/falsa”*

Alvo supostamente <i>fake/falso</i>	N	%
Imprensa	50	51,55%
Sem alvo específico	38	39,18%
Político	10	10,31%
Total de tweets	97	100,00%

*Obs.: Um dos tweets tratava de imprensa e de representante político, sendo contado em ambas as categorias.

Fonte: Elaboração do autor.

Para refutar o que aponta serem “*fake news*” ou “notícia falsas”, Bolsonaro não apresenta nenhuma fonte em 60,83% das postagens (N=59), apontando a falsidade sem indicar provas do erro ou qual seria sua correção (Tabela 2).

Tabela 2. Fontes das “correções” citadas por Bolsonaro

Fonte da “correção”	N	%
Nenhum	59	60,83%
Imprensa	15	15,46%
Redes sociais bolsonaristas	12	12,37%
Aliados políticos	7	7,22%
Instituição nacional	2	2,06%
Instituição internacional	1	1,03%
Corrige próprio erro	1	1,03%
Total	97	100,00%

Fonte: Elaboração do autor.

Em 15,46% das mensagens, Bolsonaro apresenta links, vídeos ou imagens de veículos da imprensa, incluindo duas referências a órgãos oficiais – *TVMEC* e *TV Brasil* –, com domínio de veículos que estiveram em alguns momentos próximos a seu governo: duas postagens citam a *Rede Record*, e duas, a *CNN*, além de outras fontes acionadas uma vez, como o já citado blogueiro olavista na *Veja*, a *RedeTV*, a *Jovem Pan*, o *Senso Incomum* e a *BandNews*. Veículos mais críticos tem presença limitada entre as fontes que embasam as “refutações”,

¹¹ Como, por exemplo, neste tweet, publicado em 25 de junho de 2018: “Mais um fakenews da imprensa e dos canalhas! A VERDADE SOBRE OS DEBATES. Vídeo de muitos dias atrás!”. Disponível em: <<https://acortar.link/dMWAVc>>.

aparecendo nos casos em que há contradição interna nos discursos midiáticos, como no caso das duas referências ao Grupo Globo, incluindo uma contradição entre chamada e conteúdo de reportagem e um episódio em que entrevistado diverge de jornalista da *GloboNews*.

A recorrência de fontes alinhadas ideologicamente persiste em citações de postagens de perfis bolsonaristas, em 12,37% (N=12) – como o canal de Bolsonaro no YouTube, seis vezes citado –, e de aliados políticos, com 7,22% (N=7) – citações de seus filhos Eduardo e Carlos, além de representantes de seu ministério, como Abraham Weintraub, ou empresários aliados, como Luciano Hang. Instituições nacionais são fontes de duas correções – em ambos os casos, processos no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) –, e uma vez recorre-se a uma instituição internacional – a chancelaria colombiana. Apenas uma vez Bolsonaro corrige um erro seu, ainda que minimizando sua importância e indiretamente sugerindo perseguição da imprensa: “Em discurso hoje em MG, parabeneizei a PMESP. Fake News dirá que não entendo de geografia, então seria incapaz de governar. Perdoem o erro!”¹².

Tabela 3. Temas dos tweets sobre “fakes”

Tema	N	%
Eleições	32	32,99%
Composição do governo	8	8,25%
Investigações sobre fake news	6	6,19%
Economia	5	5,16%
Meio ambiente	5	5,16%
Mídia	5	5,16%
Violência	5	5,16%
Bolsa Família	4	4,12%
Saúde	4	4,12%
Corrupção	3	3,09%
Educação	3	3,09%
PT	3	3,09%
Diplomacia	2	2,06%
Viagens	2	2,06%
Celebridades	1	1,03%
Cultura	1	1,03%
Desarmamento	1	1,03%
Feminismo	1	1,03%
Jean Wyllys	1	1,03%
Pobreza	1	1,03%
Política	1	1,03%
Política internacional	1	1,03%
Racismo	1	1,03%
Sexualidade	1	1,03%
Total	97	100,00%

Fonte: Elaboração do autor.

¹² Tweet publicado em 19 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://acortar.link/QziBgf>>.

É perceptível, entre os temas mais frequentes (Tabela 3), a predominância da temática política, como eleições (32,99%) e mudanças na composição do seu governo ou na base partidária de apoio (8,25%). Vale destacar, com 6,19% (N=6), os tweets que refutavam investigações sobre fake news: dos nove tweets no início de 2020, cinco tratam desse tema, que sinaliza uma necessidade de Bolsonaro se contrapor às acusações da CPMI e do inquérito no STF, e também explica o recuo no uso termo, desde então, já que novamente deixa de ser um front de ataque e passa a ser tema de incômoda defesa para Bolsonaro; em outras palavras, o rótulo “fake” volta a ser vidraça sob bombardeio, após um período como pedra de arremesso de bolsonaristas contra vitrines midiáticas críticas.

Com menor frequência surgem temas de grande interesse no debate público online e setores prioritários e polêmicos na presidência de Bolsonaro ou no seu período como deputado, incluindo economia (5,16%), mídia (5,16%), violência (5,16%), Bolsa Família (4,12%), saúde (4,12%), corrupção (3,09%) e educação (3,09%).

Por fim, vale destacar uma estratégia peculiar e recorrente nas críticas de Bolsonaro ao que ele vê como “notícias falsas” da imprensa independente. Em resposta a artigo da revista *Crusoe* com críticas à intromissão de Carlos Bolsonaro na estratégia de comunicação oficial do governo, o perfil presidencial postou: “Fakenews fortíssima! Enquanto existir liberdade de imprensa para que outros jornalistas opinem assim o farei!”¹³. A mesma linha de crítica ao que é visto como falha da imprensa, contemporizada com a defesa da liberdade de imprensa – detectada por Berti e Carvalho (2019) –, é repetida dois meses depois (Figura 4).

Figura 4. Bolsonaro critica *Folha de S.Paulo* com fake news, mas defende internet livre



Fonte: Reprodução. Disponível em: <<https://acortar.link/OQJGmb>>.

¹³ Tweet publicado em 25 de maio 2019. Disponível em: <<https://acortar.link/4JY7xf>>. É importante destacar que, na época havia a suspeita de que Carlos Bolsonaro teria acesso à conta de seu pai no Twitter e seria responsável por algumas de suas postagens. Para uma análise sobre a confluência entre Carlos e seu pai na publicação de críticas de mídia como *fake*, ver Santos, Ciocari e Moraes (2020).

O vídeo criticado, publicado pelo TSE, traz fala da advogada da *Folha de S.Paulo*, Taís Gasparian¹⁴ – ainda que não identificada por Bolsonaro ou pelo trecho do vídeo publicado –, defendendo que a expressão *fake news* deveria ser evitada por ser “imprecisa” e “usada por políticos para desacreditar a imprensa”. Esse argumento é bastante presente em estudos sobre desinformação (BUCCI, 2018; ZUCKERMAN, 2017) e acaba sendo ironicamente comprovado pelo uso que Bolsonaro faz da expressão nesse mesmo tweet.

A estratégia de Bolsonaro deve ser entendida no contexto dessas postagens. Entre as duas publicações, o STF havia censurado artigo jornalístico da revista *Crusoe* por considerar que seria “notícia fraudulenta”, posteriormente revertendo a decisão polêmica, após considerável crítica de jornalistas, juristas e, inclusive, de Bolsonaro (PAGANOTTI, 2020). Nesse sentido, Bolsonaro pretendia se contrapor à censura do STF, que nos meses posteriores também investigaria seus aliados políticos como disseminadores de desinformação, como parte dos inquéritos conduzidos pelo ministro Alexandre de Moraes sobre *fake news* e atos antidemocráticos. Bolsonaro buscava reforçar sua posição supostamente liberal, criticando os jornais, mas sem recorrer, nesse momento¹⁵, à censura (criticada a partir do ponto em que passava a ameaçar seus aliados): nesse sentido, a liberdade de crítica faria parte da liberdade de expressão, da liberdade de imprensa e da internet livre.

Por outro lado, mesmo antes do caso da *Crusoe*, Bolsonaro já apontava, em março de 2019, como citado anteriormente: “Enquanto existir liberdade de imprensa para que outros jornalistas opinem assim o farei!”. Nesse sentido, além da liberdade, o presidente advoga uma posição de igualdade, demandando a mesma liberdade de crítica de seus detratores da imprensa: se a imprensa pode publicar opiniões contra o presidente, ele também poderia criticar a imprensa.

Considerações finais

Como visto na seção anterior, em inconsciente subversão do lema da Revolução Francesa, é possível aglutinar as mensagens de Bolsonaro sobre notícias falsas em três grupos em relação a sua motivação e a seu formato: liberdade (ele defende o direito de expressão, da imprensa e da internet), igualdade (demanda o mesmo direito de crítica em contraposição aos seus detratores na imprensa), sem fraternidade (visto que recorre a ofensas e ameaças veladas ou explícitas em suas críticas).

Além disso, respondendo à questão a partir da qual partiu esta pesquisa, é evidente que Bolsonaro considera *fake* e falsos os veículos críticos da imprensa – de forma generalizada (em 39,18% dos tweets analisados) ou explicitamente identificada (em 51,55%) – e, em menor frequência, seus opositores políticos (10,31%), como visto na Tabela 1. Assim,

¹⁴ Vídeo completo com identificação está publicado no canal da Justiça Eleitoral no YouTube. Disponível em: <<https://acortar.link/5szueK>>

¹⁵ Importante destacar que esse perfil liberal contra a censura não é constante no discurso bolsonarista. Em anos anteriores, Bolsonaro chegou a defender o fim de veículos críticos, por meio do boicote do público e dos anunciantes. Alguns meses depois, em 20 de novembro de 2019, ele retoma esse processo de censura privada em tweet que cita reportagem da *Folha de S.Paulo* sobre falta de recursos para 13º do Bolsa Família: “Jornaleco não vive sem MENTIR. [...] Suspendi minha assinatura e muitos empresários têm cancelado contratos publicitários nesse jornal campeão de fake news e desinformação”. Disponível em: <<https://acortar.link/mhVUui>>.

não surpreende que as fontes citadas por Bolsonaro estejam próximas de seu campo ideológico, o que ocorre em 15,46% das referências à imprensa (quase todas são fontes alinhadas ou pouco crítica em relação a seu governo), 12,37% de perfis bolsonaristas em redes sociais e 7,22% de aliados políticos, como visto na Tabela 2.

O que choca é que, na grande maioria das vezes, Bolsonaro não apresenta nenhuma fonte para a refutação. Os 60,83% de tweets sem citações de fontes indicam uma falta de preocupação de Bolsonaro em justificar sua crítica, apontando o que seria falso, e como seria possível provar o erro – o que indica uma percepção de que seus seguidores não demandam qualquer prova além da própria palavra do líder. Além disso, em somente 3,09% estão presentes citações de instituições nacionais ou internacionais; essas fontes, que seriam o padrão-ouro para checagem e refutação de *fake news*, seguindo os padrões da International Fact-Checking Network (COMMIT..., 2016), são a exceção no perfil bolsonarista, que parece estar mais focado em sua defesa de críticas e acusações, e menos preocupado com a apresentação de informação correta, com fontes verificáveis e politicamente independentes.

Por fim, o uso frequente da terminologia *fake* por Bolsonaro sinaliza também a importância de não abandonar esse termo. Apesar das críticas já mencionadas à adoção acadêmica do termo *fake news* (BUCCI, 2018; ZUCKERMAN, 2017), ignorar essa expressão disputada seria abandonar o front de batalha no debate público sem contestação dos usos imprecisos por lideranças populistas, o que facilita ainda mais a dominação desses atores, capturando a atenção do público a partir dessa expressão popular sem contrapontos. Se o populismo procura distanciar o povo das elites intelectuais, seria um erro estratégico abandonar os espaços e os termos familiares para o público geral.

Referências

AGGIO, Camilo de Oliveira, CASTRO, Filipe. “Meu partido é o povo”: Uma proposta teórico-metodológica para o estudo do populismo como fórmula de comunicação política seguida de estudo de caso do perfil de Jair Bolsonaro no Twitter. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, v. 42, n. 2, p. 429-465, maio/ago. 2020.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; CARVALHO, Sônia Maria dos Santos. Democracia e ética em tempos de fake news: o tuíteiro-presidente Jair Bolsonaro e as consequências para a socialização da informação no País. *REU – Revista de Estudos Universitários*, Sorocaba, v. 45, n. 1, p. 129-144, jun. 2019.

BORDEN, Sandra L.; TEW, Chad. The role of journalist and the performance of journalism: ethical lessons from “fake” news (seriously). *Journal of Mass Media Ethics*, v. 22, n. 4, p. 300-314, dez. 2007.

BUCCI, Eugênio. Pós-política e corrosão da verdade. *Revista USP*, São Paulo, n. 116, p. 19-30, jan./mar. 2018.

CESARINO, Leticia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 62, n. 3, p. 530-557, 2019.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simoneta. Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. *Revista Alterjor*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 201-214, jul./dez. 2018.

COMMIT to transparency – sign up for the International Fact-Checking Network’s code of principles. *Poynter*, 2016. Disponível em: <<https://acortar.link/vA7VdM>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

ITUASSU, Arthur et al. Comunicación política, elecciones y democracia: las campañas de Donald Trump y Jair Bolsonaro. *Perspectivas de la Comunicación*, v. 12, n. 2, p. 11-37, dez. 2019.

LACLAU, Ernesto. *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2012.

PAGANOTTI, Ivan. Acolhimento e resistência a correções de fake news na pandemia: a experiência do robô Fátima, da agência Aos Fatos, no Twitter. *Revista Mídia e Cotidiano*, Niterói, v. 15, n. 3, p. 169-193, set./dez. 2021.

_____. Acusações, notícias “falsas” e críticas na censura do site Crusoé pelo STF. *Fronteiras – Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 22, n. 3, p. 135-147, set./dez. 2020.

_____.; SAKAMOTO, Leonardo Moretti; RATIER, Rodrigo Pelegrini. “Mais fake e menos news”: resposta educativa às notícias falsas nas eleições de 2018. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia (Orgs.). *Liberdade de expressão: questões da atualidade*. São Paulo: ECA-USP, 2019. p. 52-66.

PENA, Felipe. Agendamento reativo: a estratégia do confronto no Twitter de Bolsonaro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. *Anais...* São Paulo: Intercom, 2019.

RATIER, Rodrigo Pelegrini. Império opaco: mapeamento da expansão da rede bolsonarista no WhatsApp. *Verbum*, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 42-58, set. 2020.

REBOUÇAS, Hébelly. Quando o Twitter pauta o jornal: análise da cobertura da Folha de S. Paulo sobre o perfil de Jair Bolsonaro. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17., 2019, Goiânia. *Anais...* Brasília: SBPJor, 2019.

RÊGO, Ana Regina; BARBOSA, Marialva. *A construção intencional da ignorância: o mercado das informações falsas*. Rio de Janeiro: MauadX, 2020.

ROSS, Andrew S.; RIVERS, Damian J. Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. *Social Media+Society*, v. 4, n. 2, p. 1-12, abr./jun. 2018.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos; SANTOS, Karina Silva dos. Das bancadas ao WhatsApp: redes de desinformação como arma política. In: GALLEGO, Esther Solano (Org.). *Brasil em colapso*. São Paulo: Unifesp, 2019. p. 45-60.

SANTOS, Romer Mottinha; CIOCCARI, Deysi; MORAES, Thiago Perez Bernardes de. O clã Bolsonaro e o Twitter: comunicação política e influência na rede social. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, n. 10, p. 65-81, 2020.

SCHUBACK, Marcia Sá Cavalcante. *O fascismo da ambiguidade: um ensaio conceitual*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2021.

SERELLE, Marcio; SOARES, Rosana de Lima. As novas formas do falso: entretenimento, desinformação e política nas redes digitais. *Intexto*, Porto Alegre, v. 52, p. 1-20, 2021.

SILVA, Danillo da Conceição Pereira. Embates semiótico-discursivos em redes digitais bolsonaristas: populismo, negacionismo e ditadura. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, Campinas, v. 59, n. 2, p. 1171-1195, maio/ago. 2020.

SILVA, Fabiano Couto Corrêa da; SILVEIRA, Lúcia da. O ecossistema da ciência aberta. *Transinformação*, Campinas, v. 31, p. 1-13, nov. 2019.

SILVERMAN, Craig. I Helped Popularize The Term “Fake News” And Now I Cringe Every Time I Hear It. *Buzzfeed*, 31 dez. 2017. Disponível em: <<https://acortar.link/iHQHk2>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

SOARES, Felipe Bonow. As estratégias de argumentação e as formas de desinformação nas mensagens de Jair Bolsonaro no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 22, n. 30, p. 8-22, jan./jun. 2020.

TANDOC JR., Edson; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining ‘fake news’: a typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2017.

TOLENTINO, Marcos Vinicius de Farias. *O discurso de Bolsonaro sobre a imprensa no Twitter: análise de discurso dos ataques à imprensa feitos pelo presidente*. 2019 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

VISCARDI, Janaisa Martins. Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, Campinas, v. 59, n. 2, p. 1134-1157, maio/ago. 2020.

VITORINO, Máira Moraes; RENAULT, David. A irrupção da fake news no Brasil: uma cartografia da expressão. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 229-259, jan./abr. 2020.

WAISBORD, Silvio. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, v. 4, n. 1, p. 17-34, 2018.

WENDLING, Mike. The (almost) complete history of 'fake news'. *BBC*, 22 jan. 2018. Disponível em: <<https://acortar.link/FSJZvd>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

ZUCKERMAN, Ethan. Fake news is a red herring. *Deutsche Welle*, 25 jan. 2017. Disponível em: <<https://acortar.link/twHEPs>>. Acesso em: 6 jan. 2022.

Ivan Paganotti

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp). Bolsista de produtividade em pesquisa (PQ-2) do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Desenvolve pesquisa com auxílio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) – Processo nº 2020/15055-9. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Realiza pós-doutorado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Coordenador do grupo de pesquisa Checagem, Educação, Comunicação, Algoritmos e Regulação (CHECAR) e membro da Rede Nacional de Combate à Desinformação.