



REVES - Revista Relações Sociais (eISSN 2595-4490)

Fake News: Uma análise pragmática sobre os efeitos do fenômeno no Jornalismo e no Direito

Fake News: A pragmatic analysis of the effects of the phenomenon on Journalism and Law

Matheus Aguiar Dornelas

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6112-2552>

UFMG/PPGCOM, Brasil

E-mail: maquiardornelas@gmail.com

Márcio Simeone Henriques

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6112-2552>

UFMG/PPGCOM, Brasil

E-mail: simeone@ufmg.br

Article Info:

Article history: Received 2022-08-02

Accepted 2022-09-14

Available online 2022-09-15

doi: 10.18540/revesv15iss4pp14678-01e



Resumo. O artigo propõe uma reflexão sobre como o fenômeno das “fake news”, enquanto estratégia política, despertou transformações no Jornalismo e no Direito. Sob o viés do pragmatismo, analisamos casos concretos que contextualizam e apresentam consequências do fenômeno a fim de buscar as possibilidades para uma efetiva liberdade de expressão na comunicação digital. Para isso, adotamos a noção de Park (1940) de notícias como forma de conhecimento e a democratização do interesse público em Dewey (1927).

Palavras-chave: Fake News. Comunicação. Jornalismo. Direito. Liberdade de Expressão.

Abstract. The article proposes a reflection on how the phenomenon of “fake news”, as a political strategy, has awakened transformations in Journalism and Law. Under the bias of pragmatism, we analyze concrete cases that contextualize and present consequences of the phenomenon in order to seek the possibilities for an effective freedom of expression in digital communication. For this, we adopt Park's (1940) notion of news as a form of knowledge and the democratization of public interest in Dewey (1927).

Keywords: Fake News. Communication. Journalism. Law. Freedom of expression.

1. Introdução

O termo *fake news* ganhou notoriedade na imprensa mundial em 2016, sobretudo em dois contextos de polarização política (CALDAS e CALDAS, 2019): durante as campanhas eleitorais para a presidência dos Estados Unidos e o processo de saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit). Embora se trate de um fenômeno global - envolvendo grupos de diversos países que atuam na internet -, o candidato Donald Trump teve sua vitória maculada pela disseminação de *fake news* (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017), inclusive reivindicando para si responsabilidade pela popularização do termo. Contudo, segundo o próprio ex-presidente, ele tratava o termo como uma estratégia para deslegitimar as notícias que fossem desfavoráveis à sua campanha.

Entretanto, foi a sua concorrente a primeira a citar o termo em uma postagem no Twitter, em 6 de dezembro de 2016. Hillary Clinton fazia referência à "epidemia de notícias falsas maliciosas e propaganda falsa que inundou as mídias sociais ao longo do último ano". Corroborando com a afirmativa, Hughes e Waismel-Manor (2021) citam a atuação de conservadores americanos, nacionalistas russos e de um grupo de jovens macedônios no que se convencionou a chamar de indústria das *fake news*. Esses últimos, moradores da cidade de Veles, buscando alternativas para o contexto de pobreza e desemprego, foram alunos de um especialista em marketing no Facebook. "De fato, se ele não estivesse associado à eleição de 2016, exceto por algumas referências ao longo do curso, não poderíamos diferenciar entre o produto que ele vende para oficinas semelhantes e academias de marketing na Internet." (HUGHES e WAISMEL-MANOR, 2021, p. 21, tradução nossa).

Ao que alerta Claire Wardle (2017), o termo *fake news* não apenas seria inútil, como impróprio, na medida em que, sustenta ela, seria mais preciso identificar todo o ecossistema das informações e tratar do fenômeno como "desinformação" - deslocando assim do significado depreciativo à imprensa estabelecido pela campanha de Trump. Apesar do esforço, a repercussão global foi tamanha, que em novembro de 2017, *fake news* foi eleita a "palavra" do ano pelo dicionário inglês "Collins". Por outro lado, a preocupação de Wardle traz duas contribuições importantes para a discussão que sucederá: a) redes de *bots* (robôs) atuam redes sociais; e b) "parte disso (desinformação) está sendo amplificado por jornalistas".

É, contudo, num processo específico que a autora foca para delimitar os "conteúdos problemáticos" presentes no ecossistema das informações: "a intenção de enganar". Allcott e Gentzkow (2017), em uma pesquisa sobre a interferência das *fake news* nas eleições estadunidenses de 2016, definem o fenômeno como "artigos de notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsos e podem enganar os leitores." (p. 213, tradução nossa). A condição da intencionalidade para delimitar o lugar das *fake news* entre seus "primos próximos" (p. 214, tradução nossa), sejam rumores, conspirações, sátiras, matérias tendenciosas e erros não intencionais, foi acompanhada em diversos trabalhos sobre o tema (MUKERJI, 2018; SPINELLI e SANTOS, 2018; CALDAS e CALDAS, 2019; SEIXAS, 2019; JORGE FILHO, 2021).

Para o modelo praxiológico da comunicação proposto por Quéré (2018), a intencionalidade se manifesta por meio de uma abordagem relacional da ação comunicativa (FRANÇA, 2018). Isto é, ela existe "encarnada", como um devir, em comportamentos e operações resultantes de um processo interacional. Ao contrário - e parece ser o caso -, o modelo epistemológico determina a intencionalidade como "um estado mental que precede e dirige a ação de comunicar" (FRANÇA, 2018, p. 93

apud QUÉRÉ). Essa concepção definiria tais produtores de *fake news* como “sujeitos monológicos, dotados de estados internos e de representações mentais, que não se relacionam com o mundo” (QUÉRÉ, 2018, p. 20).

Assim, propomos uma análise que explore a situação do fenômeno por um viés pragmático, alicerçada em três categorias definidoras dessa matriz filosófica (POGREBINSCHI, 2005):

- a) **Antifundacionalismo:** a ideia não apenas interpreta a experiência, mas constitui como um elemento importante dela própria. Portanto, o significado do conceito apenas pode ser conhecido por meio de suas consequências práticas. Enquanto o ex-presidente dos Estados Unidos recorre ao termo *fake news* para questionar a autoridade e credibilidade do Jornalismo, a desinformação está sendo produzida de maneira robotizada e a velocidade de propagação não é a mesma da capacidade de contenção dos danos (CALDAS e CALDAS, 2019). A disputa sobre o significado do termo, com efeito, perpassa tensões entre a ciência, os políticos e a imprensa.
- b) **Consequencialismo:** a verdade está entre a consistência (idealista) e a correspondência (realista); ou seja, algo que não existe previamente numa proposição. Desta forma, nessa concepção instrumental, as adaptações sociais dão indicativos dos efeitos práticos acarretados pelo fenômeno. Privilegiamos, nessa análise, as consequências no Jornalismo e no Direito. Enquanto a indústria da desinformação imita o estilo jornalístico (ROXO e MELO, 2018), a mídia corporativa e a imprensa independente buscam se distinguir investindo em iniciativas de *fact checking* - checagem de fatos (SPINELLI e SANTOS, 2018; CANAVILHAS e FERRARI, 2018). No Direito, instituições governamentais são pressionadas a tentar controlar os efeitos das *fake news* por meio da implementação de dispositivos jurídicos (BRAGA, 2018; LORENZETTO e PEREIRA, 2020), que tem despertado polêmicas neste campo, como no caso do “Inquérito das Fake News” (nº 4.781, 2019) no Brasil.
- c) **Contextualismo:** trata-se de tensionar a experiência às instituições e práticas sociais, pois que não há como retirar do significado seu pano de fundo temporal e espacial. Isto é, num esforço permanente de retomar as condições de emergência do fenômeno. É quase um consenso de que as *fake news* refletem ambientes de polarização política (CALDAS e CALDAS, 2019), em que “ao invés de admitir a presença de opiniões distintas ou conflitantes e tratar a pluralidade destas como positiva, o indivíduo busca por elementos que reafirmem e comprovem suas concepções [...]”. (BRAGA, 2018, p. 210). Além disso, ao passo que o jornalismo é tido como uma profissão pouco formalizada (ROXO e MELO, 2018), o discurso de presidentes - aqui podemos incluir Bolsonaro no caso do Brasil - contra a função social dessa organização afeta o “pacto de credibilidade para afirmar a legitimidade da sua interpretação dos fatos.” (idem p. 13). Já o fenômeno de produção de notícias falsas em massa é inerente à internet, mais precisamente, ao contexto de *big datas*: “[...] no qual existe um volume de informações sendo armazenado e com potencial de ser utilizado com finalidades políticas, sobretudo em períodos eleitorais [...]”. (CALDAS e CALDAS, 2019, p. 202). Ainda, pode-se tratar da inserção de novos agentes no ecossistema da informação, uma vez que, para Pinheiro (2014), passamos por um momento sócio-histórico “multissinóptico” (PINHEIRO, 2014), em que não apenas poucos observam muitos (panóptico), muitos observam poucos (sinóptico) mas, paralelamente, muitos observam muitos por meio de uma interação entre o global e o local ampliada pela internet. Nesse caso, a tecnologia “pode ser útil tanto para revolucionar quanto para controlar;

tanto para divulgar informações relevantes, quanto informações de caráter duvidoso (do ponto de vista conceitual, quanto ideológico).” (idem, p. 155).

Isso posto, a aplicação sugerida dessa metodologia não busca respostas capazes de esgotar a investigação sobre o fenômeno, mas refletir sobre o fenômeno a partir de revisão bibliográfica, conseqüentemente, colocando as teorias “em operação ao serem confrontadas com a experiência de cada participante do processo investigatório, bem como com a realidade de cada momento no qual a investigação esteja sendo processada.” Os impactos negativos das *fake news* em processos eleitorais (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017) e, mais recente, em questões de saúde pública, revelam a complexa envergadura do fenômeno na sociedade contemporânea.

A corrente pragmatista, aqui adotada, não privilegia apenas a abordagem comunicacional, mas também explora preceitos para uma teoria política - nos moldes radicalmente democráticos de Dewey (1927) -, bem como do jornalismo como uma forma de conhecimento, a partir da obra do sociólogo Robert Park (1940). Portanto, como dito acima, a análise privilegia as conseqüências das *fake news* no Jornalismo e no Direito - em que pese as regulações da Comunicação Social.

2. Fundamentação

Em 2016, “pós-verdade” foi eleita a palavra do ano pelo dicionário “Oxford”, como um adjetivo que se refere “a circunstâncias nas quais as pessoas respondem mais a sentimentos e crenças do que a fatos”. Seixas (2019) defende que o termo seria um sinônimo para *fake news*, uma vez que se trata de um fenômeno em que as informações são divulgadas ou ignoradas não por sua veracidade, mas em função de sua adequação com as crenças individuais.

A partir de sua extensa atuação como jornalista que foi, posteriormente, incrementada pela formação em sociologia, Robert Park buscou identificar a natureza das notícias (PARK, 1940). Para o autor, em diálogo com Lippmann (SILVA, 2016), esse método de comunicação seria responsável por uma das primeiras formas de conhecimento da humanidade e, no limite, “desempenha para o público mais ou menos as mesmas funções que a percepção desempenha para o homem individual; ou seja, não tanto informa, mas orienta o público, dando a todos e a todos o conhecimento do que está acontecendo.” (PARK, 1940, p. 677, tradução nossa). Além disso, o autor procura diferenciar o jornalismo - tratado na obra como “notícias” (GONÇALVES, 2005) - de outras formas de conhecimento.

Para isso, Park recorre à obra de William James, um dos precursores do pensamento pragmatista da Escola de Chicago, diferenciando o conhecimento em duas formas: a) a familiaridade (*acquaintance with*): também chamado de senso comum, hábito ou costume; e b) conhecimento sobre (*knowledge about*): analítico, formal e sistemático. Nesse sentido, o fenômeno das *fake news*, ancorado no adjetivo de pós-verdade, estaria propenso à primeira definição em detrimento da segunda; o que, inclusive, justificaria o negacionismo científico (PINHEIRO, 2021) em função das crenças. Entretanto, no século passado, Park já acusava que seria justamente por meio desse apelo moralista que “o político conhece seus eleitores” (1940, p. 671, tradução nossa).

Conseqüentemente, o alcance dos públicos, por si só, justificaria o interesse eleitoral que movimenta, economicamente, a produção de notícias falsas (HUGHES e WAISMEL-MANOR, 2021). Mas, no contexto da internet, há uma reconfiguração tecnocrata do conhecimento: “a *datificação*, enquanto paradigma, diz respeito à notável crença na capacidade dos dados para sanar problemas reais que,

anteriormente, ou não teriam uma solução aparentemente possível, ou seriam solucionados com eficiência inferior àquela que é possibilitada pelas análises de *big-data*.” (CALDAS e CALDAS, 2019, p. 200). Por certo, desde 2012, campanhas políticas usam bancos de dados para aumentar a personalização e difusão de mensagens entre grupos específicos nas redes sociais (idem, p. 202). O que acontece, é que alguns anos depois - a eleição de Trump é tida como um marco temporal do fenômeno (MUKERJI, 2018; LORENZETTO e PEREIRA, 2020) - o uso desses dados foi empreendido na profusão em massa de conteúdos desinformativos. E uma das táticas é simular os traços característicos de um produto genuinamente jornalístico, como estrutura textual, as manchetes sensacionalistas (*clickbaits*) o design dos sites (JORGE FILHO, 2021; MENESES, 2018; PINHEIRO, 2021) e até mesmo utilizando nomes que remetem a veículos de comunicação tradicionais (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017).

Essa pretensão de ser notícia - apesar do fato de se tratar de uma informação equivocada - foi tratada por Rodriguez (2020) como uma “perversão” do Jornalismo. Nesse sentido, as *fake news* “parecem revelar um padrão, característico das estratégias de dominação utilizadas por uma série de agentes de poder contemporâneos, qual seja, a apropriação meramente formal de determinadas formas de saber, esvaziadas de suas funções características e postas a serviço de objetivos contrários aos quais elas costumam servir.” (RODRIGUEZ, 2020, p. 378). Portanto, se o problema das *fake news*, no contexto de pós-verdade, é o fato de se valerem do apelo a um conhecimento familiarizado (crença) (SEIXAS, 2019; SPINELLI e SANTOS, 2018), seria o Jornalismo uma prática tão somente científica e “derivada de uma investigação sistemática da natureza” (SILVA, 2016)?

Park postula que as notícias não se enquadram em nenhuma das duas formas de conhecimento propostas por William James. Primeiro, porque o conhecimento familiarizado - também tratado por senso comum - não pode ser comunicável por formulações lógicas, ou mesmo ser verificado por experimentações. Segundo, porque, diferentemente da história, por exemplo, o jornalismo trata de um “presente ilusório”, ocupando-se de fatos isolados “e não procura relacioná-los entre si nem na forma de sequências causais nem na forma de sequências teleológicas.” (PARK, 1940, p. 675, tradução nossa). Embora haja sempre uma tentação lógica em separá-las completamente - eixo central da retórica da pós-verdade -, o autor defende haver um imbricamento entre ambas as formas, uma vez que o conhecimento formal é tanto sintetizado nas práticas cotidianas, quanto se utiliza do senso comum “como a fonte daqueles palpites dos quais os especialistas dependem em situações desconcertantes e daqueles insights súbitos que, na evolução da ciência, são tão freqüentemente o prelúdio de importantes descobertas.” (idem, p. 672, tradução nossa).

Nesse sentido, as semelhanças entre as *news* e as *fake news* podem ser mais recorrentes do que se pensa. Assim como os boatos e as fofocas, Park afirmava que as notícias também circulam de forma espontânea. A diferença está na publicação pela imprensa, o que confere um caráter de “documento público”. Nesse sentido, a notícia é “mais ou menos autenticada pelo fato de ter sido exposta ao exame crítico do público a que se dirige e de cujos interesses diz respeito.” (PARK, 1940, p. 679, tradução nossa).

Além da roupagem jornalística empregada nas *fake news*, a investigação de Hughes e Waismel-Manor (2021) sobre a produção desses conteúdos na Macedônia durante as eleições norte-americanas, concluiu que uma das estratégias do mentor daqueles jovens era mesclar afirmativas verdadeiras e falsas nos textos. “Assim, quando as notícias falsas estão envoltas em histórias verdadeiras, estabelecem e

sustentam a credibilidade do meio. É essa credibilidade que seduz os leitores a clicar em uma história incrivelmente interessante que de outra forma teria sido sinalizada como falsa.” (HUGHES e WAISMEL-MANOR, 2021, p. 22, tradução nossa). Ainda, o fato de circularem pelas redes sociais facilita que a origem da informação seja perdida no processo de disseminação (CALDAS e CALDAS, 2019).

A ocorrência desse fenômeno, que se apropria - e subverte - de lógicas que dão conta da legitimação das notícias, só foi possível, segundo Roxo e Melo (2018), não apenas porque há um enfraquecimento do pacto de credibilidade do Jornalismo com a sociedade, mas também por ter se tornado, cada vez mais, uma organização autônoma como subcampo da produção cultural. Isso por alguns fatores, como a definição de métodos específicos, as regulamentações governamentais e a formalização do campo com os cursos superiores. Na era do “hiperjornalismo”, a fronteira de noções próprias (doxas) que constituiu o grupo profissional foi expandida a um grande público na internet; o que levanta um questionamento pertinente: “[...] a utilização de métodos e linguagens jornalísticas em outros gêneros de produção cultural desvinculados do compromisso com a verdade e com objetivos distintos do jornalismo não dificultaria a afirmação de sua autoridade?” (ROXO e MELO, 2018, p. 3).

Os objetivos pecuniários e políticos das *fake news* (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017) seriam, por assim dizer, tão distintos daqueles do Jornalismo - ao ponto que essa distinção ateste a autoridade deste em detrimento daquele? Ao contrário de uma visão dogmática (geralmente postula valores como objetividade, imparcialidade, isenção) - como visto no início do artigo - que reivindica uma intenção apriorística para diferenciar o verdadeiro jornalismo (aqueles que supostamente nunca tem a intenção de falsear um conteúdo) dos produtores de notícias falsas, optamos por uma visada praxiológica: “o tipo de imprensa que existe é o tipo que sobreviveu às condições da vida moderna.” (GONÇALVES, 2005, p. 29 apud PARK, 1955).

3. Metodologia

Em 2016, “pós-verdade” foi eleita a palavra do ano pelo dicionário “Oxford”, como um adjetivo que se refere “a circunstâncias nas quais as pessoas respondem mais a sentimentos e crenças do que a fatos”. Seixas (2019) defende que o termo seria um sinônimo para *fake news*, uma vez que se trata de um fenômeno em que as informações são divulgadas ou ignoradas não por sua veracidade, mas em função de sua adequação com as crenças individuais.

A partir de sua extensa atuação como jornalista que foi, posteriormente, incrementada pela formação em sociologia, Robert Park buscou identificar a natureza das notícias (PARK, 1940). Para o autor, em diálogo com Lippmann (SILVA, 2016), esse método de comunicação seria responsável por uma das primeiras formas de conhecimento da humanidade e, no limite, “desempenha para o público mais ou menos as mesmas funções que a percepção desempenha para o homem individual; ou seja, não tanto informa, mas orienta o público, dando a todos e a todos o conhecimento do que está acontecendo.” (PARK, 1940, p. 677, tradução nossa). Além disso, o autor procura diferenciar o jornalismo - tratado na obra como “notícias” (*news*) (GONÇALVES, 2005) - de outras formas de conhecimento.

Para isso, Park recorre à obra de William James, um dos precursores do pensamento pragmatista da Escola de Chicago, diferenciando o conhecimento em duas formas: a) a familiaridade (*acquaintance with*): também chamado de senso comum, hábito ou costume; e b) conhecimento sobre (*knowledge about*): analítico,

formal e sistemático. Nesse sentido, o fenômeno das *fake news*, ancorado no adjetivo de pós-verdade, estaria propenso à primeira definição em detrimento da segunda; o que, inclusive, justificaria o negacionismo científico (PINHEIRO, 2021) em função das crenças. Entretanto, no século passado, Park já acusava que seria justamente por meio desse apelo moralista que “o político conhece seus eleitores” (1940, p. 671, tradução nossa).

Conseqüentemente, o alcance dos públicos, por si só, justificaria o interesse eleitoral que movimenta, economicamente, a produção de notícias falsas (HUGHES e WAISMEL-MANOR, 2021). Mas, no contexto da internet, há uma reconfiguração tecnocrata do conhecimento: “a *datificação*, enquanto paradigma, diz respeito à notável crença na capacidade dos dados para sanar problemas reais que, anteriormente, ou não teriam uma solução aparentemente possível, ou seriam solucionados com eficiência inferior àquela que é possibilitada pelas análises de *big-data*.” (CALDAS e CALDAS, 2019, p. 200). Por certo, desde 2012, campanhas políticas usam bancos de dados para aumentar a personalização e difusão de mensagens entre grupos específicos nas redes sociais (idem, p. 202). O que acontece, é que alguns anos depois - a eleição de Trump é tida como um marco temporal do fenômeno (MUKERJI, 2018; LORENZETTO e PEREIRA, 2020) - o uso desses dados foi empreendido na profusão em massa de conteúdos desinformativos. E uma das táticas é simular os traços característicos de um produto genuinamente jornalístico, como estrutura textual, as manchetes sensacionalistas (*clickbaits*) o design dos sites (JORGE FILHO, 2021; MENESES, 2018; PINHEIRO, 2021) e até mesmo utilizando nomes que remetem a veículos de comunicação tradicionais (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017).

Essa pretensão de ser notícia - apesar do fato de se tratar de uma informação equivocada - foi tratada por Rodriguez (2020) como uma “perversão” do Jornalismo. Nesse sentido, as *fake news* “parecem revelar um padrão, característico das estratégias de dominação utilizadas por uma série de agentes de poder contemporâneos, qual seja, a apropriação meramente formal de determinadas formas de saber, esvaziadas de suas funções características e postas a serviço de objetivos contrários aos quais elas costumam servir.” (RODRIGUEZ, 2020, p. 378). Portanto, se o problema das *fake news*, no contexto de pós-verdade, é o fato de se valerem do apelo a um conhecimento familiarizado (crença) (SEIXAS, 2019; SPINELLI e SANTOS, 2018), seria o Jornalismo uma prática tão somente científica e “derivada de uma investigação sistemática da natureza” (SILVA, 2016)?

Park postula que as notícias não se enquadram em nenhuma das duas formas de conhecimento propostas por William James. Primeiro, porque o conhecimento familiarizado - também tratado por senso comum - não pode ser comunicável por formulações lógicas, ou mesmo ser verificado por experimentações. Segundo, porque, diferentemente da história, por exemplo, o jornalismo trata de um “presente ilusório”, ocupando-se de fatos isolados “e não procura relacioná-los entre si nem na forma de sequências causais nem na forma de sequências teleológicas.” (PARK, 1940, p. 675, tradução nossa). Embora haja sempre uma tentação lógica em separá-las completamente - eixo central da retórica da pós-verdade -, o autor defende haver um imbricamento entre ambas as formas, uma vez que o conhecimento formal é tanto sintetizado nas práticas cotidianas, quanto se utiliza do senso comum “como a fonte daqueles palpites dos quais os especialistas dependem em situações desconcertantes e daqueles insights súbitos que, na evolução da ciência, são tão freqüentemente o prelúdio de importantes descobertas.” (idem, p. 672, tradução nossa).

Nesse sentido, as semelhanças entre as *news* e as *fake news* podem ser mais recorrentes do que se pensa. Assim como os boatos e as fofocas, Park afirmava que as notícias também circulam de forma espontânea. A diferença está na publicação pela imprensa, o que confere um caráter de “documento público”. Nesse sentido, a notícia é “mais ou menos autenticada pelo fato de ter sido exposta ao exame crítico do público a que se dirige e de cujos interesses diz respeito.” (PARK, 1940, p. 679, tradução nossa).

Além da roupagem jornalística empregada nas *fake news*, a investigação de Hughes e Waismel-Manor (2021) sobre a produção desses conteúdos na Macedônia durante as eleições norte-americanas, concluiu que uma das estratégias do mentor daqueles jovens era mesclar afirmativas verdadeiras e falsas nos textos. “Assim, quando as notícias falsas estão envoltas em histórias verdadeiras, estabelecem e sustentam a credibilidade do meio. É essa credibilidade que seduz os leitores a clicar em uma história incrivelmente interessante que de outra forma teria sido sinalizada como falsa.” (HUGHES e WAISMEL-MANOR, 2021, p. 22, tradução nossa). Ainda, o fato de circularem pelas redes sociais facilita que a origem da informação seja perdida no processo de disseminação (CALDAS e CALDAS, 2019).

A ocorrência desse fenômeno, que se apropria - e subverte - de lógicas que dão conta da legitimação das notícias, só foi possível, segundo Roxo e Melo (2018), não apenas porque há um enfraquecimento do pacto de credibilidade do Jornalismo com a sociedade, mas também por ter se tornado, cada vez mais, uma organização autônoma como subcampo da produção cultural. Isso por alguns fatores, como a definição de métodos específicos, as regulamentações governamentais e a formalização do campo com os cursos superiores. Na era do “hiperjornalismo”, a fronteira de noções próprias (doxas) que constituiu o grupo profissional foi expandida a um grande público na internet; o que levanta um questionamento pertinente: “[...] a utilização de métodos e linguagens jornalísticas em outros gêneros de produção cultural desvinculados do compromisso com a verdade e com objetivos distintos do jornalismo não dificultaria a afirmação de sua autoridade?” (ROXO e MELO, 2018, p. 3).

Os objetivos pecuniários e políticos das *fake news* (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017) seriam, por assim dizer, tão distintos daqueles do Jornalismo - ao ponto que essa distinção ateste a autoridade deste em detrimento daquele? Ao contrário de uma visão dogmática (geralmente postula valores como objetividade, imparcialidade, isenção) - como visto no início do artigo - que reivindica uma intenção apriorística para diferenciar o verdadeiro jornalismo (aqueles que supostamente nunca tem a intenção de falsear um conteúdo) dos produtores de notícias falsas, optamos por uma visada praxiológica: “o tipo de imprensa que existe é o tipo que sobreviveu às condições da vida moderna.” (GONÇALVES, 2005, p. 29 apud PARK, 1955).

4. Resultados e Discussão

Vimos que na era digital a informação tornou-se uma mercadoria cada vez mais fundamental para as mudanças políticas e econômicas, sobretudo quando o local e o global tomaram dimensão inseparável (PINHEIRO, 2014). Park já destacava a importância da notícia na orientação das ações dos sujeitos e, antes mesmo do fim da Segunda Guerra Mundial, o autor percebia como “o fato de atos tão importantes como estes poderem ser tão rapidamente e tão publicamente consumados mudou repentina e completamente o caráter da política internacional.” (PARK, 1940, p. 686, tradução nossa). Há contudo, no contexto atual, problemas éticos relativos à lógica

comercial dos *big techs* e a maneira como essas plataformas são utilizadas pelo público.

Inicialmente, embora tenhamos adotado o conceito “multissinóptico” para descrever o caráter onipresente e quase desprovido de materialidade das novas *TICs*, o exercício dos poderes de vigilância e de controle ainda prevalece, tal como ocorre no “panóptico” (PINHEIRO, 2014, p. 149). Se tratando de bancos de dados privados, partidos e candidatos políticos ao redor do mundo ficam reféns das grandes corporações; e mais: forças políticas cujas propostas contrariam o modelo neoliberal dessas empresas podem ser prejudicadas, já que, “não obstante terem recursos, estão desprovidos de uma plataforma política que interesse aos grupos econômicos que têm poder de influência sobre o *big-data*.” (CALDAS e CALDAS, 2019, p. 206).

Integrando fundos de investimento bilionários, essas multinacionais buscam propiciar a expansão das transações econômicas internacionais, estabelecendo regras unilaterais que beneficiem o mercado financeiro, somente possíveis de serem executadas com a criação de espaços livres da influência do Estado, ou “zonas de autarquia” (RODRIGUEZ, 2020, p. 384). Esse contexto revela um padrão característico das novas estratégias de dominação que, como consequência, esvaziam e controvertem (pervertem) o sentido de instituições sociais. Assim como na oposição entre *fake news* e Jornalismo, e, autorregulação e Direito, os movimentos pelo ensino do criacionismo nas escolas assim como revisionismo virtual da história pervertem, respectivamente, a Ciência e a História.

Não obstante, os Estados vêm criando normas a fim de adaptar o Direito a essas novas formas de comunicação digital. No Brasil, a Lei Federal nº13.488/2017, chamada de “minirreforma eleitoral”, veda a “veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos [...]”. No texto original, havia um inciso no artigo 57-B que permitia o controle, por meio de denúncias dos usuários, da disseminação de informações falsas. Contudo, essa parte da lei foi vetada pelo então presidente Michel Temer.

“Há, no entanto, uma justificativa para o veto, pois, existe o fundado receio de que uma legislação de repressão às *fake news* possa gerar cerceamento à liberdade de expressão especialmente dentro de um ambiente no qual o ativismo Judiciário no campo político se intensifica e encontra-se permeado por intensa polarização política, no qual as paixões políticas fazem com que a fronteira entre a verdade, do ponto objetivo e subjetivo, se esmaieça.” (CALDAS e CALDAS, 2019, p. 213)

A interface praxiológica entre o Direito e a Comunicação vêm sendo analisada em estudos (LIMA, 2010; LIMA e GUIMARÃES, 2013; MARQUES, SILVA e LIMA, 2019) que - distinguindo os sentidos sociais contraditórios adquiridos pelas liberdades de imprensa e de expressão - apontam as dificuldades institucionais em se estabelecer um processo deliberativo sobre o tema; qual seja, elas movem e são movidas por esse “fundado receio”. Ao que indicam Braga (2018), e, Lorenzetto e Pereira (2020), ações jurídicas recentes têm tensionado ainda mais a dimensão ética da comunicação no Estado de Direito.

Deu início, em março de 2019 no Brasil, uma investigação nacional, conduzida, analisada e julgada pelo Supremo Tribunal Federal (STF) visando, supostamente, a disseminação de notícias falsas e as ameaças contra os membros da corte. O uso de “supostamente” se justifica porque o andamento do processo é mantido em sigilo pelos ministros. O “Inquérito das Fake News” (4.781) - com vício de origem no nome

- se materializa por meio de uma série de ações judiciais contra qualquer cidadão brasileiro que possa estar cometendo crimes dessa, suposta, ordem.

No entanto, o STF opera o conceito de *fake news* não apenas para tratar daqueles conteúdos de desinformação, mas também englobando os discursos de ódio - “aquele que apresenta estigmatização de um indivíduo ou grupo identificável de indivíduos, direcionado ao insulto, à perseguição ou à privação de direitos.” (BRAGA, 2018, p. 218). No sentido deweyano, a liberdade democrática funciona a partir da garantia da liberação e da realização das potencialidades individuais na associação coletiva e não deve ser tomada como independente dos vínculos sociais. Assim, a igualdade deve ser equitativa e “denota o compartilhamento desimpedido que cada membro individual da comunidade tem nas conseqüências da ação associada.” (DEWEY, 1927, p. 150, tradução nossa).

Da mesma forma, o discurso de ódio poderia ser tratado como uma perversão da democracia. E assim como as outras tratadas por Rodriguez (2020), ela também se beneficia das “zonas de autarquia”: “O que acontece, portanto, é que esse tipo de discurso se refugia em meios de comunicação menos regulados (ou mais difíceis de serem regulados) e a internet se torna a plataforma mais eficiente e menos arriscada [...]”. (BRAGA, 2018, p. 205).

Sob a ótica jurídica, Lorenzetto e Pereira (2020) defendem que o Inquérito das Fake News é marcado pela inconstitucionalidade da ação do STF, no qual foram tolhidas liberdades e garantias processuais de cidadãos brasileiros. Em um contexto de “profundos dissensos políticos de nossa democracia” (LORENZETTO e PEREIRA, 2020, p. 182), as decisões soberanas tem recaído na articulação (ou oposição) entre as esferas jurídica e política. Isto é, trata-se de operar nos vazios deixados no limite entre a norma e a decisão; da lei e de sua aplicação. Cabe salientar que o tribunal se vê fortalecido não apenas pelo incremento de atribuições legislativas, mas também por seu protagonismo midiático. Na medida em que esse paradigma perverso da ordem jurídica é dado como uma tática contumaz, os autores argumentam que o STF move-se naquilo que Agamben chama de “estado de exceção”. (idem, p. 181).

Antes de passar para alguns casos emblemáticos do inquérito, centrados no contexto do fenômeno das *fake news*, lembramos que o pragmatismo insiste em olhar para o futuro, isto é, centrando o significado das proposições nas conseqüências da ação (POGREBINSCHI, 2005). Em se tratando de ações jurídicas, devemos analisar as decisões e aplicações da lei, portanto. No caso específico, devido à “vagueza e amplidão da portaria instauradora, absolutamente qualquer ato, praticado por qualquer pessoa, em qualquer circunstância ou local” (LORENZETTO e PEREIRA, 2020, p. 189) pode ser investigado, contanto que venha a ser considerado pelo relator do caso, o ministro Alexandre de Moraes, como “ofensivo à ‘honorabilidade’ da Corte” (idem).

Em abril de 2019, foi censurada uma reportagem publicada no site “Crusoé” que menciona a suposta relação do ministro Dias Toffoli com o presidente da Odebrecht - empreiteira investigada por corrupção na “Operação Lava Jato”. Entretanto, a matéria tinha como fonte uma delação do empreiteiro Marcelo Odebrecht e os jornalistas haviam apenas reportado informações contidas no documento. Comprovada a arbitrariedade da decisão, dias depois a ordem foi revogada pelo STF. Em outra decisão, o relator do inquérito determinou o bloqueio de contas de sete cidadãos nas redes sociais “em razão de estes terem supostamente promovido a ‘subversão da ordem’ [...]”. (LORENZETTO e PEREIRA, 2020, p. 192).

Além disso, o andamento das investigações apresenta uma relação casuística do tribunal com a função social do jornalismo. Lorenzetto e Pereira (2020) destacam

que, em algumas ações, as informações prestadas pela imprensa tem legitimidade para o estabelecimento de investigações, em outras, não. (idem, p. 196). Assim, diferente da ideia de *fake news* como disseminação de desinformação em massa - utilizando *bots* (CALDAS e CALDAS, 2019), se valendo do potencial publicitário das plataformas digitais (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017; SPINELLI e SANTOS, 2018), aproveitando do ambiente cibernético para ocultar fonte e autoria (CALDAS e CALDAS, 2019; PINHEIRO, 2014), simulando uma notícia jornalística (MENESES, 2018; ROXO e MELO, 2018) - o Inquérito das Fake News parece assumir uma noção trumpista do termo, isto é, elegendo “amigos e inimigos da Corte” (LORENZETTO e PEREIRA, 2020, p. 194).

Nesse “estado de exceção”, Braga (2018) argumenta que a única saída é a exceção do Estado. Para o autor “o dissenso não é apenas útil, ele é necessário, mesmo que isso signifique conviver com discursos odiosos.” (BRAGA, 2018, p. 218).

5. Considerações Finais

Ao longo da discussão, pudemos observar, como no contexto “multissinóptico”, se estabelecem conflitos ao redor de espaços autárquicos no qual emergem perversões institucionais, como as *fake news*. No caso do jornalismo, buscamos mostrar que não apenas os vícios oriundos das lógicas comerciais dos meios de comunicação tem papel central na configuração da opinião pública (SILVA, 2016), como a estratégia dessas corporações em “não assumir suas próprias inadequações é um gesto necessário para manter o ritual de funcionamento do discurso jornalístico.” (LELO e PACHI FILHO, 2021, p. 536). Assim, por meio das iniciativas de *fact checking*, as organizações buscam o reconhecimento do imperativo ético fundante do jornalismo, o qual “torna possível o êxito da prática em legitimar um projeto hegemônico de sociedade.” (GUERRA, 2008, p. 105). Com efeito, os processos social e institucional que atuam na produção da notícia não são evidenciados.

Nesse sentido, a concentração de propriedade de mídia, num contexto global de *bigtechs* e local de oligopólio midiático (LIMA, 2010), reivindica zonas livres de regulação do Estado para implementar um projeto de dominação. Assim, a indústria de *fake news* não apenas se apresenta como uma estratégia política para fins eleitorais, mas ainda, trata-se de um modelo de negócio que se beneficia da estrutura comercial das redes digitais. Com efeito, a retórica da “pós-verdade” deve ser atribuída com cautela, isto é, como parte elucidativa do problema e não uma resposta solucionadora do fenômeno. Isso porque, a proposta de uma separação radical entre as formas de conhecimento (formal e familiarizado) - marcado atualmente pela tecnocracia do paradigma da *datificação* - é, para Dewey, um fator paralisante que “marca a construção de um asilo de refúgio, uma fuga da responsabilidade.” (DEWEY, 1927, p. 175, tradução nossa).

Não obstante, atento às influências tecnológicas e industriais nas transformações sociais, a desinformação e o discurso de ódio, na perspectiva deweyana, são vistas como antitéticas ao ideal democrático (MENDONÇA, 2013). Para que um público disperso e inconstante se reconheça e expresse seu interesse compartilhado nas consequências das atividades, a comunicação - eixo de sustentação da vida em comunidade - deve ser pautada na liberdade de expressão que requer, fundamentalmente, a tolerância à diversidade (DEWEY, 1927).

Assim, na teoria de Dewey, a transformação social passa, invariavelmente, por uma transformação da educação. No contexto digital, uma abordagem multiletrada sugere a compreensão dos diferentes mecanismos que rege a comunicação em rede, baseando-se naquilo que Paulo Freire trata como teoria crítica social: “cujo principal

objetivo está em considerar as práticas de letramentos como práticas sociodiscursivas que possibilitam a compreensão e o questionamento de forças ideológicas e de poder com vistas à emancipação e à transformação do indivíduo.” (PINHEIRO, 2014, p. 154 apud FREIRE, 1981).

De mesmo modo, a estrutura econômica que perpassa essas mudanças deve ser revista no sentido de não limitar a capacidade de os indivíduos se autogovernarem (DEWEY, 1927). Assim, a ideia monológica de que cada pessoa, por contato isolado, “é dotado de si mesmo com a inteligência necessária, sob a operação do interesse próprio, para se envolver em assuntos políticos [...]” (idem, p. 157, tradução nossa) sustenta a premissa ideológica que interdita o debate público (a troca dialógica sobre as consequências das ações) sobre a liberdade de expressão; ao fim, é equiparada com a liberdade de imprensa (LIMA, 2010;2013) e dirige às empresas um direito, naturalmente, humano.

Nesse sentido, o liberalismo republicano de Dewey, segundo Mendonça (2013), defende a necessidade de um “controle público sobre os meios de comunicação” (MENDONÇA, 2013, p. 60) para assegurar o interesse da efetiva liberdade. Assim, o ideal democrático deve permear as instituições se fazendo cumprir *de facto* aquilo que, inclusive, já está estabelecido *de jure* (o parágrafo 5º do artigo 220 da Constituição de 1988 determina que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”). Por fim, é preciso entender a liberdade de expressão não apenas como uma capacidade de falar, mas, sobretudo, como uma proteção do direito de ser ouvido:

“Entender a liberdade de expressão contemporaneamente implica pensar a forma como os meios de comunicação podem fomentar fluxos públicos de discurso que alimentam um processo em que todos possam se fazer ouvidos na construção permanente do interesse público.” (idem, p. 62).

A tempo: o dissenso é apenas útil quando isso não significa conviver com discursos odiosos.

Agradecimentos

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, em nome de meu orientador, o Dr. Márcio Simeone Henriques. Ainda, agradeço a FAPEMIG pelo investimento em minha pesquisa de mestrado e contribuindo com esse trabalho.

Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. "Social Media and Fake News in the 2016 Election." **Journal of Economic Perspectives**. American Economic Association. v.31, n.2, p.211-236. Nashville: 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211> (acesso em 07/06/22)

ANTAGONISTA, Procurador da Lava Jato denuncia o "mais novo golpe" do STF. **O Antagonista**, 2019. Disponível em: <https://oantagonista.uol.com.br/brasil/procurador-da-lava-jato-denuncia-o-mais-novo-golpe-stf/>

BRAGA, R. M. C. A indústria das fake news e o discurso de ódio. In: PEREIRA, R. V. (Org.). **Direitos políticos, liberdade de expressão e discurso de ódio**. v.1, p. 203-220. Belo Horizonte: IDDE, 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/4813> (acesso em 15/06/22)

CANAVILHAS, J.; FERRARI, P. Fact-checking o jornalismo regressa às origens. In: BUITONI, D. S. (Org). **Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação** (p.30-49) Editora Sulina: Porto Alegre, 2018

CALDAS, C. O. L.; CALDAS, P. N. L. Estado, democracia e tecnologia: conflitos políticos no contexto do big-data, das fake news e das shitstorms. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 24, n. 2, p. 196-220, 2019. Disponível em: [10.1590/1981-5344/3604](https://doi.org/10.1590/1981-5344/3604) (acesso em 11/06/2022)

CILLIZZA, C. Trump argumenta ter 'inventado' o termo fake news. **CNN**, 2017. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2017/10/08/politics/trump-huckabee-fake/index.html> (acesso em 15/06/2022)

DEWEY, J. **The public and its problems** (1927). Ohio: Swallow Press, 1954.

FRANÇA, V. Discutindo o modelo praxiológico da comunicação: controvérsias e desafios da análise comunicacional. In: FRANÇA, V.; SIMÕES, P (Orgs.). **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em Comunicação**. Porto Alegre: Sulinas, (p.89-118), 2018.

FREIRE, S. Bolsonaro deu 135 entrevistas exclusivas desde a posse; Jovem Pan é a mais atendida. **Poder 360**, 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-deu-135-entrevistas-exclusivas-desde-a-posse-jovem-pan-e-a-mais-atendida/> (acesso em 15/06/2022)

FUNKE, D. Devemos parar de dizer 'notícias falsas'?. **Ponyter**, 2017. Disponível em: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/should-we-stop-saying-fake-news/> (acesso em 11/06/2022)

GONÇALVES, E. M. O pioneirismo de Robert E. Park na pesquisa em Jornalismo. **Estudos em Mídia e Jornalismo**, v.2, n.1, p. 23-34, UFSC: Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2086> (acesso em 11/06/2022)

GUERRA, J. L. **O percurso interpretativo na produção da notícia**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 291p. 2008

HUGHES, H.; WAISMEL-MANOR, I. (2021). The Macedonian Fake News Industry and the 2016 US Election. **PS: Political Science & Politics**, 54(1), 19-23. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/ps-political-science-and-politics/article/macedonian-fake-news-industry-and-the-2016-us-election/79F67A4F23148D230F120A3BD7E3384F> (acesso em 07/06/2022)

IFCN, Os compromissos do código de princípios. **International Factchecking Network**, 2015. Disponível em: <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles> (acesso em 15/06/2022)

INTERVOZES. **Fake News: Como as plataformas enfrentam a desinformação**. 2020. <https://intervozes.org.br/publicacoes/fake-news-como-as-plataformas-enfrentam-a-desinformacao/> (acesso em 11/06/2022)

JORGE FILHO, J. I. P. **Da imprensa alternativa às redes sociais: uma análise comparativa entre notícias ficcionais no Pasquim e no Sensacionalista**. Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes - USP, p.250, 2021

LELO, T. V.; PACHI FILHO, F. (2021). Credibilidade em disputa no jornalismo digital: Estratégias discursivas das agências de fact-checking brasileiras vinculadas aos conglomerados de mídia. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, 27(2), 531-541, 2021. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71235> (acesso em 11/06/2022)

LIM, C. Checking How Fact-checkers Check. **Research & Politics**. 5. Stanford University, 16 maio 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2053168018786848> (acesso em 15/06/2022)

LIMA, V. A. de. A censura disfarçada. In: LIMA, V. A. de; GUIMARÃES, J. (Orgs.) **Liberdade de Expressão: as várias faces de um desafio**. p.87-109. São Paulo: Paulus, 2013.

LIND, D. O presidente Donald Trump finalmente admite que “notícias falsas” significam apenas notícias que ele não gosta. **Vox**, 2018. Disponível em: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/5/9/17335306/trump-tweet-twitter-latest-fake-news-credentials> (acesso em 07/06/2022)

LOPES, A. “Se for para punir fake news, fecha a imprensa”, diz Bolsonaro. **Poder 360**, 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/se-for-para-punir-fake-news-fecha-a-imprensa-diz-bolsonaro/> (acesso em 07/06/2022)

LUPA, Entenda as etiquetas da Lupa. **Agência Lupa**, 2015. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/entenda-nossos-pinguins> (acesso em 15/06/2022)

LORENZETTO, B. M.; PEREIRA, R. R. O supremo soberano no Estado de exceção: a (des)aplicação do direito pelo STF no âmbito do inquérito das “Fake News” (Inquérito n. 4.781). **Seqüência - Estudos Jurídicos e Políticos**, v. 41 n. 85, p.173-203. UFSC: Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2177-7055.2020v41n85p173> (acesso em 11/06/2022)

MARQUES, A.; SILVA, D.; LIMA, F. (Orgs). **Comunicação e Direitos Humanos**. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 272p., 2019.

MENDONÇA, R. F. A liberdade de expressão em uma chave não dualista: as contribuições de John Dewey In: LIMA, V. A. de; GUIMARÃES, J. (Orgs.) **Liberdade de Expressão: as várias faces de um desafio**. p.41-64. São Paulo: Paulus, 2013.

MENESES, J. P. Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. **Observatorio (OBS*)**, nº. Extra 1 (Special Issue), 2018, págs. 37-53. Disponível em: <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181376> (acesso em 07/06/2022)

MUKERJI, N. What is Fake News? **Ergo - an Open Access Journal of Philosophy**. v.5, n.35, p.923-946. UMich: Michigan, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.3998/ergo.12405314.0005.035> (acesso em 07/06/2022)

PARK, R. E. News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledges. **American Journal of Sociology**, v.45, n.5, p.669-686. Chicago, 1940. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1086/218445> (acesso em 07/06/2022)

PÉCHY, A. “Ele é nosso Rei Leão”: como a Fox virou máquina de propaganda de Trump. **Veja**, 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/ele-e-nosso-rei-leao-como-a-fox-virou-maquina-de-propaganda-de-trump/> (acesso em 07/06/2022)

PINHEIRO, P. A era do “multissinóptico”: que (novos) letramentos estão em jogo? **Educação em Revista [online]**. v.30, n.2, p.137-160, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-46982014000200007> (acesso em 11/06/2022)

_____. *Fake news* em jogo: uma discussão epistemológica sobre o processo de produção e disseminação de (in)verdades em redes sociais. **DELTA: Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada**. v.37, n.4, p.1-23, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-460X202156104> (acesso em 11/06/2022)

POGREBINSCHI, T. **Pragmatismo: teoria social e política**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2005.

POST-TRUTH. **Oxford Dictionary**. 2016. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/post-truth> (acesso em 01/06/2022)

QUÉRÉ, L. De um modelo epistemológico da comunicação a um modelo praxiológico. FRANÇA, V.; SIMÕES, P (Orgs). **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em Comunicação**. Porto Alegre: Sulinas, (p.51-88), 2018.

RODRIGUEZ, J. R. “Perversões”: estratégias de dominação do novo ciclo autoritário. **Novos estudos CEBRAP [online]**. v.39, n.2, p.371-393, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.25091/s01013300202000020007> (acesso em 15/06/2022)

ROXO, Marco Antonio; MELO, Seane. Hiperjornalismo: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, 2018: Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.30572> (acesso em 11/06/2022)

SEIXAS, R. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **EID&A – revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, n.18, p. 122-138. Ilhéus, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.17648/eidea-18-2197> (acesso em 11/06/2022)

SILVA, D. R. John Dewey, Walter Lippmann e Robert E. Park: diálogos sobre públicos, opinião pública e a importância da imprensa. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v.18, n.1, p.57-68, Unisinos: Porto Alegre, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2016.181.06> (acesso em 07/06/2022)

SPINELLI, E. M.; SANTOS, J. A. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, Palmas, v.4, n.3, p.759-782, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p759> (acesso em 15/06/2022)

WARDLE, C. Fake News. It’s complicated. **First Draft News**. Estados Unidos: Google, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/> (acesso em 07/06/2022)