

**SIMPÓSIO AT147**  
**ESTUDOS BAKHTINIANOS DO DISCURSO: DIÁLOGOS E(M) FRONTEIRAS**

**Autores:**  
**PPEDRO FARIAS FRANCELINO 1**  
**JUCCIANE DOS SANTOS CAVALHEIRO 2**

**UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DIALÓGICA DE *FAKE NEWS* QUE  
INFLUENCIARAM AS ELEIÇÕES 2018 PARA PRESIDENTE DO BRASIL**

ALBUQUERQUE, Andréa  
ICHCA/Ufal - PPGCL/Unicap  
andreamoreiraga@gmail.com

CUNHA, Dóris de Arruda CNPq-  
PPGCL/ Unicap  
doris.cunha@unicap.com

**Resumo:** Este trabalho discute o que são, como funcionam e quais os efeitos das *fake news* no ambiente sócio-discursivo da atualidade que se caracteriza por uma intensa polarização, sintoma de um fenômeno ainda mais amplo, as “guerras culturais”, caracterizado na Sociologia pela oposição entre defensores de valores opostos, entrincheirados na liderança das diversas estruturas sociais. Do ponto de vista teórico, mobiliza noções da Teoria Dialógica principalmente ligadas aos gêneros discursivos e à situação extraverbal (visões, valores e conhecimentos compartilhados), características do auditório e escolhas lexicais na enunciação. Isso, a partir dos precursores dessa abordagem teórica como Mikhail Bakhtin (1895-1975) e Valentin Volóchinov (1895-1936) e pesquisadores como Brait, Faraco, Cunha. Analisamos aspectos das 10 *Fake News* mais compartilhadas no 1º Turno das Eleições 2018 para Presidente do Brasil, o que nos permitiu compreender que: essas notícias falsas são enunciados plenos de conteúdo axiológico e emotivo-volitivo e funcionam particularmente em contextos de oposição política com a finalidade de ferir o(s) oponente(s) dos valores de que elas são imbuídas; o compartilhamento massivo dessas notícias falsas está ligado às visões, valores e conhecimentos compartilhados pelos enunciadores com os seus destinatários ao longo do tempo; esse compartilhamento constante produz a criação de uma massa digital cuja credulidade, impulsividade e excitação, incita o repasse dos conteúdos compartilhados.

**Palavras-chave:** Análise Dialógica do Discurso; *Fake news*; Polarização Política; Eleições Presidenciais 2018 no Brasil.

## Introdução

As notícias falsas foram consideradas decisivas na eleição de Jair Bolsonaro (PSL) para Presidente do Brasil. Após uma campanha eleitoral acirrada, o militar reformado de direita obteve 55,13% dos votos, contra 44,87% de Fernando Haddad (PT), um professor universitário e ex-prefeito de São Paulo. A campanha vitoriosa foi praticamente toda feita pelas redes sociais e com suspeitas de emprego de robôs para a reprodução ilegal de mensagens pela Internet. Decidida em dois turnos, a corrida presidencial se deu em um contexto no qual os eleitores foram envolvidos em um ambiente discursivo calcado no ódio, no sentimento de revanche, de negação e no qual despontaram enunciados vinculados à homofobia, à misoginia, ao racismo, ao fascismo, ao nazismo, muitos deles, comprovadas *Fake News*.

De acordo com os institutos de pesquisas (Bytes, FGV, GPOPAL, MIT), a reprodução das *Fake News* nas redes sociais é fruto de uma prática alienante de grupos econômicos e ideológicos que, de acordo seus interesses, confinam as pessoas em “bolhas”: ambientes de interação alimentados por notícias e informações direcionadas, nos quais os usuários acabam retidos nos limites de sua identidade informacional ganados a partir de uma polarização de postura afinada com a identidade e política (Parise). A partir de uma polarização de postura maior, menor a capacidade de interação entre os usuários [...]. Ficamos presos dentro de consensos, ouvimos apenas versões de nossas próprias opiniões” (ORTELLADO *et. al*: 2018, p.34).

Essa polarização é fruto de um fenômeno, muito mais amplo, conhecido na sociologia como “guerras culturais”[1]: disputas travadas justamente no campo do discurso, pautadas pelos temas que afetam a moral pública e dividem as opiniões, dentre outros, aborto, homossexualidade, legalização das drogas. Variáveis desses temas estão ligadas à ordem econômica e jurídica que também provocam o debate público (GALLEGO; ORTELLADO; MORETTO, 2017). Um debate que: não envolve a sociedade como um todo, mas aqueles setores que têm uma influência maior na formação da opinião pública; tende a ser apaixonado por sua própria natureza e ganha acentos ainda mais graves no período eleitoral.

Diante desse contexto, é possível afirmar que as *Fake News* são mentiras revestidas de artifícios que lhe conferem aparência de verdade, notícias falsas, mas que aparentam ser verdadeiras: bombásticas, sensacionais, extraordinárias ou chocantes; [...] corroboram com uma das posições polarizadas e comprovam alegações ou posições de um dos lados do debate, dando razão ao que essas pessoas vêm dizendo (CRUZ, ORTELLADO, RIBEIRO *et. al* : p.47 e 48). Foi esse tipo de enunciados que predominou no ambiente discursivo da campanha eleitoral para a Presidência da República no Brasil em 2018.

Entre os primeiro e segundo turno, houve praticamente uma avalanche de *Fake News* despejadas nas redes sociais (*Whatsapp* e *Facebook*, em particular) inclusive com a denúncia de financiamento com dinheiro de Caixa 2, dinheiro obtido de forma ilegal. Levantamento feito pela Agência Lupa de Notícias mostra que as 10 notícias falsas mais populares flagradas pelos checadores nas sete semanas que antecederam o 1º Turno de 2018 tiveram, juntas, mais de 865 mil compartilhamentos no *Facebook*. O registro foi fartamente divulgado pela Imprensa (MARÉS & TARDÁGUILA, 2019).

Recortamos o conjunto dessas 10 *Fake News* para a nossa análise pelo alto índice de compartilhamento e o impacto que elas notícias tiveram nas redes sociais e no resultado do pleito. Abaixo, o *ranking* das “10 Mais” pelo número de *shares* (compartilhamentos):

- Em 1º lugar, com 238,3 mil shares, FN1 – Imagens de torcedores reunidos para

torcer pelo Brasil, veiculadas com o título “Ato pela saúde de Bolsonaro em Campinas”.

- Em 2º lugar, com 219,8 mil shares, FN2 - Layout do site de notícias do G1 (da Rede Globo), utilizado para “noticiar” que o candidato do PT Fernando Haddad havia convidado o parlamentar John Wilies (homossexual) para ser Ministro da Educação.
- Em 3º lugar, com 90,9 mil shares, FN3 – Imagens do protesto feito em março de 2015 contra Dilma Rousseff (do Movimento “Vem pra Rua”) usada com o título “Manifestação do #ELESIM em Copacabana”, em favor do candidato Bolsonaro (PSL).
- Em 4º lugar, com 78,4 mil shares, FN4 - TSE deu códigos das urnas eletrônicas para os venezuelanos. Nunca houve esse convênio. O edital foi cancelado.
- Em 5º lugar, com 57,2 mil shares, FN5 - Guiné Equatorial recebeu milhões do BNDES, não pagou e Lula perdoou. Na época de Lula, o BNDES apoiou Guiné Bissau.
- Em 6º lugar, com 51,8 mil shares, FN6 - Haddad diz que Estado decide se crianças serão meninos ou meninas. TSE mandou retirar conteúdo por ser completamente mentiroso.
- Em 7º lugar, com 35,4 mil shares, FN9 - Patrícia Pillar diz que Ciro a agredia. Atriz nega informação em vídeo.
- Em 8º lugar, com 35,3 mil shares, FN7 - Vídeo de Datena apoiando Bolsonaro. Datena apoiou Geraldo Alckmin (PSDB).
- Em 9º lugar, com 33,8 mil shares, FN8 - Imagem de traficantes com cartaz sobre Bolsonaro. Foi uma das duas *Fake News* do ranking contra o PT. Imagem é antiga e não tem cartaz.
- Em 10º lugar, com 24,2 mil shares, FN10 – Segunda Fake News do ranking contra o PT: Homem com camiseta do Brasil apanha por portar adesivos de Bolsonaro (PSL). Homem com camiseta branca apanha em manifestação sobre Petrobras.

Adotamos para análise esse conjunto de enunciados também porque a falsidade deles foi atestada pelas agências de checagem e não contestada pelos institutos de pesquisa. E todos eles constituíram - como veremos a seguir - exemplares do gênero noticioso, confiável quando apresentados dentro das “bolhas” aos públicos que assumiram características de “massa digital”: “Funcionando como massa, como as que se formam artificialmente no Estado ou na igreja, o indivíduo comum se sente forte e poderoso. ‘Seu discernimento cai, ele se torna crédulo, impulsivo e excitável.’” (DUNKER: 2019 p.119). Protegidos em suas comunidades, seguros da validade das informações circulantes em suas “bolhas”, particularmente nas Eleições Presidenciais 2018, as ditas “massas digitais”, no Brasil, foram inoculadas por uma credulidade, uma impulsividade e uma excitação que as impulsionaram ao repasse das *Fake News* em seus ambientes virtuais.

### Situação, Auditório, Entonação e Escolhas Lexicais

Cada notícia falsa mantém certas regularidades no seu formato, mas participa de uma espécie de “discussão ideológica em grande escala: responde, refuta ou confirma algo, antecipa as respostas e críticas possíveis, busca apoio e assim por diante” (VOLÓCHINOV, 2017, p. 219). Dito de outra forma, cada enunciado vivo, como são as *Fake News*, surgido “de modo consciente, em um dado momento histórico, em um meio social, não pode deixar de tocar milhares de linhas dialógicas vivas, envoltas pela consciência socioideológica” (BAKHTIN, 2015, p.49).

Ao tocar essas linhas, ao mesmo tempo, os enunciados refletem e refratam a realidade a que se referem. Ou seja, o discurso, ao abrir caminho para o seu sentido e a sua expressão, “através de um meio verbalizado pelas diferentes dicções do outro, entrando em assonância e dissonância com os seus diferentes elementos, pode informar sua feição e o seu tom estilístico nesse processo dialogizado” (BAKHTIN: 2017, p. 50).

Para tocarem as “linhas dialógicas” envoltas pela “consciência socioideológica”, de forma assonante ou dissonante, é necessário que os participantes do evento comunicativo partilhem o contexto extra-verbal, composto de três aspectos: 1) um horizonte social compartilhado; 2) o conhecimento e a compreensão comum da situação; e 3) a valoração compartilhada desta situação (VOLÓCHINOV: 2013, p. 78).

No caso das *Fake News* textos, imagens, declarações, diversos elementos do discurso formam esse contexto extra verbal. Funcionam, muitas vezes, por meio de alusões a outros elementos já conhecidos e compartilhados anteriormente. E esse recurso acaba por constituir “uma forma de dialogismo interdiscursivo e interlocutivo, uma vez que, como não faz uso de marcas linguísticas, conta com o leitor e com a sua memória discursiva para reconhecê-la” (CUNHA, 2009, p.33).

A palavra, a criação ideológica ou o enunciado é orientado para outro participante da interlocução ou interação que talvez comungue das referências e consegue compreender as alusões contidas naquele discurso: “Efetivamente, o enunciado se forma entre dois indivíduos socialmente organizados, e na ausência de um interlocutor real, ele é ocupado, por assim dizer, pela imagem do representante médio daquele grupo social ao qual pertence.” (VOLÓCHINOV, 2017, p.204).

Nesse sentido, os produtores de *Fake News* durante as eleições no Brasil divisaram altos níveis de descontentamento e desconfiança com o sistema político e as instituições políticas na população (o seu “auditório”) e canalizaram o discurso no ataque aos governos do PT que por 13 anos estiveram na Presidência da República. Jessé de Souza (2015) explica que os mecanismos das desigualdades sociais e injustiças sociais, por serem complexas e multifacetadas, foram sendo falaciosamente atribuídos – com a ajuda da imprensa - ao patrimonialismo e aos desmandos praticados

unicamente pelo Estado e pelos governantes petistas.

Outro princípio norteador da abordagem dialógica assegura que todos os nossos enunciados são plenos de palavras dos outros, “de um grau vário de alteridade ou de assimilabilidade, de um grau vário de aperceptibilidade e de relevância [...] Essas palavras dos outros trazem consigo a sua expressão, o seu tom valorativo que assimilamos, reelaboramos, e reacentuamos” (BAKHTIN, 2017, p. 34).

No caso das posições axiológicas adotadas pelos sujeitos enunciadore, elas podem ser analisadas sob diversos aspectos também do ponto de vista dos recursos lexicais, gramaticais e composicionais, dentre eles, segundo Bakhtin (2017): o modo como o sujeito anuncia e reporta a voz do(s) outro(s); a inclusão ou não de discursos divergentes, contraditórios (heterodiscursos); o contexto em que a anúncio se dá; se ela corre de modo não tão mostrado, o que evidencia.

Para analisar esses recursos, tomamos um caso exemplar pelo fato do Tribunal Superior Eleitoral ter imediatamente mandado retirar o conteúdo das redes sociais por ter sido considerado uma notícia inteiramente falsa e afrontosa à moral do candidato à presidente pelo PT, Fernando Haddad. A “notícia” trazia uma foto do presidente com a seguinte declaração: “Ao completar 5 anos, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças!” (TARDÁGUILA, 2018)

Esse é um caso típico de discurso alheio reportado do que também Volóchinov trata em detalhes na última parte de *Marxismo e Filosofia da Linguagem* e Bakhtin discute em *Teoria do Romance I*. A foto do candidato substitui a frase “O presidente do PT, Fernando Haddad, disse...” A partir daí, em quatro curtas frases, o enunciado toca em pelo menos quatro assuntos polêmicos: a definição do gênero, a educação sexual das crianças, o papel do Estado e da Família na vida do cidadão. Todas as frases do período são imperativas e exclamativas, o que reforça o discurso autoritário atribuído ao falante, no caso, o candidato do PT à Presidência da República, Fernando Haddad.

O tom autoritário vinculado ao presidente é relativo ao modo como a imagem desumana do Comunismo stalinista, consolidada no Ocidente e especialmente na América Latina pelos ideólogos do Capitalismo. Pesam sobre essa visão “uma luz negativa, como o prenúncio de uma tragédia e de um fracasso de dimensões inimagináveis [...] o modo como a União Soviética e o movimento comunista por ela legado saíram de cena” (GROPPO: 2008, p. 141). A afirmação de “a criança é propriedade do Estado” associa Haddad aos discursos que circularam no Brasil na década de 1960 de que o Comunismo iria ser implantado no País e de que os comunistas eram temíveis porque

capazes até de “comer as criancinhas”. Este é um dos mitos anticomunistas mais antigos em circulação no mundo que, naqueles anos foi difundido amplamente para justificar o combate a um suposto movimento de implantação do regime comunista com sotaque brasileiro. Alimentado até hoje, o mito ainda alcança credibilidade (talvez até porque razões históricas de certa forma o justificam).[5]

Quando enuncia: “Sabemos o que é melhor para as crianças”, a notícia falsa faz alusão às iniciativas de orientação sexual atribuídas ao PT pelo candidato Bolsonaro que supostamente iriam ser ampliadas em todo o Brasil se os petistas fossem eleitos. Um caso típico em que o discurso é tecido a partir de alusões a outros presentes na memória dos destinatários... Na única entrevista concedida ao Jornal Nacional (JN), da Rede Globo, em 28 de agosto de 2018, o candidato do PSL apresentou um livro que deslocou a atenção dos questionamentos que seriam dirigidos a ele sobre segurança pública, emprego e ainda sobre sua vida pessoal (movimentada por dois divórcios), previsíveis nas entrevistas aos presidenciáveis.

Jair Bolsonaro foi ao JN munido de um livro que ele foi impedido de mostrar por conta das regras internas do telejornal. Tratava-se de *Aparelho Sexual e Cia.*, publicado pela Companhia das Letras que, segundo o candidato, já teria sido adquirido pelo Ministério da Educação, continha todo tipo de aberrações morais e seria adotado como uma cartilha de orientação sexual em todas as escolas do Brasil se o presidenciável do PT fosse eleito. O livro original é francês – escrito por Hélène Bruller e ilustrado pelo cartunista Zep. Não é politicamente correto, nem enfoca os aspectos biológicos da educação sexual; é cheio de fatos curiosos e esclarecimentos sobre temas delicados (talvez até constrangedores para alguns pais e mães) e coroa tudo com um título provocante: *Le Guide du zizi sexuel (O Guia Sexual do Pipi)*. O JN chegou a esclarecer que o livro não foi adquirido pelo MEC nem seria adotado como cartilha pelo PT. Mas muita gente preferiu acreditar em Bolsonaro.

Com mais de 50 mil shares, essa notícia falsa com a suposta declaração de Fernando Haddad foi além, quando atribuiu ao candidato petista a declaração de que o sexo das crianças seria definido pelo Estado que “sabe o que é melhor” para os meninos e meninas e que caberia aos pais “acatar a decisão respeitosamente”. Ou seja, ratificou a ideia de que o controle e a atuação estatal seriam ampliados para todos os aspectos da vida do cidadão se Governo Federal fosse, outra vez, ocupado pelo PT. E à família caberia tão somente “acatar respeitosamente” as decisões, o que equivale a curvar-se, submeter-se a esse Estado (ateu, laico, “abortista”, como fora explicitado em outras disputas discursivas). O discurso oposto sobre a família tradicional, confessional, religiosa e cristã, como “célula fundamental” de uma sociedade regida por um Estado temente a Deus, estava implícito no lema da campanha de Jair Bolsonaro: “O Brasil acima de Tudo. Deus acima de Todos!”

E onde ficaria a “responsividade” ativa a esse tipo de discurso autoritário, prevista em qualquer situação dialógica? Essa notícia falsa provocou uma enorme polêmica no ambiente discursivo eleitoral, o que não necessariamente deve ser avaliado como um resultado negativo: “a polêmica enseja uma confrontação pública em que cada um dos dois campos pode expressar sua dissensão com base em valores comuns, que saem fortalecidos mesmo quando são diversamente interpretados” (Amossy, 2017). Afinal, cada enunciação suscita uma resposta dos destinatários, tendo que: “É inadmissível a solução à revelia. Minha palavra permanece em diálogo contínuo, no qual ela será ouvida, respondida e reapreciada” (BAKHTIN: 2011, p. 356).

Por outro lado, no caso das *Fake News*, pode-se dizer que uma parte dessa “responsividade” é pré-construída. Isto porque, no ato da enunciação, o sujeito promove uma resposta desejada, que se apoia na distorção deliberada, no impacto e na impossibilidade ou incapacidade do outro reagir, verificar a validade dos fatos ou argumentos, checar e recusar a informação inverídica que lhe é transmitida. E Bakhtin já considerava essa possibilidade devido à solidão em que as pessoas se encontram diante do sistema: “o capitalismo criou as condições para um tipo especial de consciência solitária” (BAKHTIN: 2018, p.323). E prossegue:

Daí a representação dos sofrimentos, das humilhações e do não reconhecimento do homem na sociedade de classes. Tiraram-lhe o reconhecimento e privaram-lhe do nome. Recolheram-no a uma solidão forçada, que os insubmissos procuram transformar em solidão ativa (passar sem o reconhecimento, sem os outros). (Idem)

Potencializado na atualidade pelas “bolhas”, nesse isolamento, “sob uma inércia dogmática da posição, não se descobre nada de novo” (BAKHTIN: 2011, p. 378). Porque é somente no encontro com o outro que se torna possível a “co-criação dos sujeitos da compreensão”. E como realça Bakhtin (2011) “o sujeito da compreensão não pode excluir a possibilidade de renúncia até aos seus pontos de vista e posições já prontos, cristalizados pela polarização. No ato da compreensão desenvolve-se uma luta cujo resultado é a mudança e o enriquecimento mútuos” (Idem), para além das “guerras culturais”. Houvesse essa compreensão, prenhe de diálogo verdadeiro, promotor de profundas mudanças, as *Fake News* teriam mais dificuldade de alcançar seu escopo. E a democracia talvez pudesse ser mais salvaguardada.

### **Considerações Finais**

A massificação das *Fake News* é um fenômeno linguageiro vivo, atualíssimo. Notícias inventadas por gente comum ou pessoas pagas para isso instalam governos, semeiam intolerância, ódio... E é inegável a rapidez da multiplicação desses enunciados nas redes sociais deflagra uma “guerra” de

informação falsa e inescrupulosa que põe em risco a confiança, a transparência, pilares da democracia. Além disso, as notícias falsas ocultam outra “guerra”, “cultural”, na qual segmentos conservadores e progressistas se digladiam para convencer ou manipular a opinião pública. Ocorre que, em todo o mundo, ganham terreno, enunciados axiológicos defendidos principalmente pelos conservadores, inclusive nas *Fake News* como as que analisamos neste trabalho, relativas às Eleições para Presidente do Brasil em 2018.

Neste artigo, procuramos confrontá-las com as noções da Teoria Dialógica como a do heterodiscurso dialogizado, situação extra verbal, auditório, entonação e escolhas lexicais. E constatamos algo comum a todas: o que desperta a credibilidade e repasse desses enunciados, em boa medida, é a compreensão, a valoração, o conhecimento e o horizonte compartilhados entre seus enunciadores e destinatários ao longo do tempo. Tempo esse necessário à formação das “bolhas” e “massas digitais” que isolam seus integrantes em sua “consciência solitária” e os tornam capazes de romper até laços pessoais em nome de certezas dogmáticas. Essa credibilidade absoluta os fazem multiplicar os enunciado impulsiva e, muitas vezes, compulsivamente.

A partir deste trabalho, divisamos muitas possibilidades de análise do material coletado à luz da teoria dialógica, abordagem importante e útil também do ponto de vista de uma ação política, porque promotora da reflexão crítica sobre os processos discursivos, em uma dimensão sócio-cultural.

## Referências

- AHRENS, J. M. *Trump e as 'Fake News' atacam de novo*. El Pais. Washington, 08 maio 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/06/internacional/1494087975\\_053461.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/06/internacional/1494087975_053461.html) Acesso em 08 de julho de 2018.
- AMOSSY, Ruth. *Por Uma Análise Discursiva e Argumentativa da Polêmica*. In: EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Ilhéus, n. 13, jan/jun.2017.  
Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/1526>  
Acesso em 01 de junho de 2019.
- BAKHTIN, M. *Estética da criação verbal*. Introdução e tradução do russo: Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Os gêneros do discurso*. Organização, posfácio e notas: Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016.
- \_\_\_\_\_. *Teoria do romance I: A estilística/ Mikhail Bakhtin*. Tradução, prefácio, notas e glossário de Paulo Bezerra; organização da edição russa de Serguei Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo: Editora 34, 2015.
- BAYERLEIN, Bernhard H. *Arquivos do comunismo e perspectivas de pesquisa 25 anos após a "Revolução dos Arquivos": Um balanço global*. Estud. hist. (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 29, n. 59, p. 787-812, Dez. 2016.  
Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-21862016000300787&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-21862016000300787&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 31 de maio de 2019.  
<http://dx.doi.org/10.1590/s2178-14942016000300012>.



- BOSI, Alfredo. *Céu, inferno. Ensaios de crítica literária e ideológica*. São Paulo, Ática, 1988.
- BRAITH, Beth (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2007.
- DUNKER, Christian Ingo Lenz. *Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático*. In: Democracia em risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje (p.116-135). Vários autores. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- FARACO, C. A. *Linguagem & diálogo. As ideias linguísticas do círculo de Bakhtin*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.
- Fake News. A guerra informativa que já contamina as eleições no Brasil*. Disponível em: [https://www.brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/politica/1518209427\\_170599.html](https://www.brasil.elpais.com/brasil/2018/02/09/politica/1518209427_170599.html). Acesso em 08 de julho de 2018.
- GALLEGO, E. S.; ORTELLADO, P.; MORETTO, M. *Guerras culturais e populismo antipetista nas manifestações apoio à operação Lava Jato e contra a reforma da previdência*. Em Debate, Belo Horizonte. v. 9, n. 2, p. 35-45, ago. 2017. Disponível em: <http://www.opiniaopublica.ufmg.br/site/files/artigo/7.pdf>. Acesso em 12 de julho de 2018.
- GONÇALVES, V. *Sob a batuta de Cristina Tardáguila, Lupa surge como 1ª agência de checagem do Brasil*. Portal Imprensa, 29 fev. 2016. Disponível em: <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/76286/sob+a+batuta+de+cristina+tardagui+la+lupa+surge+como+1+agencia+de+checagem+do+brasil> Acesso em 10 de julho de 2018.
- GROPPO, Bruno. *O Comunismo na História do Século XX*. São Paulo: Lua Nova, 2008.
- KURTZLEBEN, D. *With 'Fake News,' Trump Moves From Alternative Facts to Alternative Language*. Disponível em: <https://www.npr.org/2017/02/17/515630467/with-fake-news-trump-moves-from-alternative-facts-to-alternative-language> Acesso em 08 de julho de 2018.
- PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio e Janeiro: Zahar, 2012.
- Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Disponível: [http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book\\_PBM\\_2016.pdf](http://pesquisademidia.gov.br/files/E-Book_PBM_2016.pdf) Acesso em de 12 julho de 2018.
- Polarização e notícias falsas limitam debate político na Internet - Grupo de pesquisa monitora as redes para medir a repercussão de mentiras veiculadas*. Disponível em: <https://www.jornal.usp.br/atuais/polarizacao-e-noticias-falsas-limitam-debate-politico-na-Internet>. Acesso em 12 de julho de 2018.
- RECUERO, R. *Redes Sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- Relatório RISCOS DIGITAIS 2017-BITES*. Disponível em: <https://www.bites.com.br/single-post/2017/04/17/Riscos-Digitais-2017---Noticias-Falsas+width=600/> Acesso em 10 de julho de 2018.
- Relatório Automático Diário de Posts de 24/012018 do Monitor do Debate Político no Meio Digital*. Disponível em: <https://www.monitordigital.org/diario/relatorio-automatico-diario-de-posts-24012018/>. Acesso em 10 de julho de 2018.
- Robôs, redes sociais e política no Brasil [recurso eletrônico]: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018*. Coordenação Marco Aurélio Ruediger. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2017.
- SOUZA, M. F. C.; AZEVEDO, N. P. S. G. *Guerras culturais e formações imaginárias da polarização política brasileira: um estudo discursivo*. Humanidades & Inovação, v. 5, n. 4, p. 209-226, jul. 2018. ISSN 2358-8322. Disponível em: <https://>

[revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/640](http://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/640)>. Acesso em 13 de julho de 2018.

SOUZA, Jessé de. *A tolice da inteligência brasileira ou como o país se deixa manipular pela elite*. São Paulo: LeYa, 2015.

TRAQUINA, N. *Teoria do jornalismo – porque as notícias são como são*. Santa Catarina, Florianópolis: Editora Insular, 2004.

*Trust Barometer 2018 – Edelman Annual Global Study*. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/propriedades/trust-barometer-2018/>. Acesso em: 10 julho 2018.

*29ª Pesquisa Anual do Uso de TI, 2018. Fundação Getúlio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo*.

Disponível em

<https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2018gvciappt.pdf><https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2018gvciappt.pdf>. Acesso em 27 de maio de 2019.

VOLÓCHINOV, Valentin. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução, notas e glossário de Sheila Grillo e Ekateriana Vólkova Américo; ensaio introdutório de Sheila Grillo. São Paulo: Editora 34, 2017.

\_\_\_\_\_. *A construção da enunciação e outros ensaios*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.