



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
CURSO DE LICENCIATURA PLENA EM HISTÓRIA**

**BRUNO AUGUSTO DOS SANTOS**

**FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES DE 2018 NO BRASIL: AMEAÇA A COMUNICAÇÃO  
AUTÊNTICA E À DEMOCRACIA**

**RECIFE**

**2025**

BRUNO AUGUSTO DOS SANTOS

**FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES DE 2018 NO BRASIL: AMEAÇA A COMUNICAÇÃO  
AUTÊNTICA E À DEMOCRACIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para conclusão do curso de Licenciatura Plena em História da Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Lúcia Falcão

RECIFE

2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
Sistema Integrado de Bibliotecas da UFRPE  
Biblioteca Central, Recife-PE, Brasil

S237f Santos, Bruno Augusto dos.

Fake news nas eleições de 2018 no Brasil : ameaça a comunicação autêntica e à democracia / Bruno Augusto dos Santos . – Recife, 2025.  
28 f. ; il.

Orientador(a): Lúcia Falcão Barbosa.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de História, Recife, BR-PE, 2025.

Inclui referências e anexo(s).

1. Presidentes – Brasil – Eleições, 2018. 2. Notícias falsas.  
3. Democracia. 4. Ação comunicativa. I. Barbosa, Lúcia Falcão, orient.  
II. Título

CDD 981

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

BRUNO AUGUSTO DOS SANTOS

### **FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES DE 2018 NO BRASIL: AMEAÇA A COMUNICAÇÃO AUTÊNTICA E À DEMOCRACIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de História, da Universidade Federal Rural de Pernambuco, como pré-requisito para finalização da disciplina TCC II e obtenção de grau no Curso de Licenciatura Plena em História.

---

Prof. Dr<sup>a</sup> Lúcia Falcão Barbosa  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Departamento de História

---

Prof. Dr<sup>o</sup>. Uiran Gebara da Silva  
Universidade Federal Rural de Pernambuco  
Departamento de História

---

Prof. Dr<sup>o</sup>. Artur Fragoso de Albuquerque Perrusi  
Universidade Federal de Pernambuco  
Departamento de Sociologia

Recife, 08 de agosto de 2025

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus, pela força, saúde e perseverança que me sustentaram em cada etapa desta caminhada acadêmica.

A minha tia Luciana Santos da Costa, pelo apoio e incentivo constante, que foram essenciais para a concretização desta conquista.

Minha sincera gratidão à minha orientadora, Professora Dra. Lúcia Falcão, por sua dedicação, paciência e pelo aprendizado proporcionado, contribuindo não apenas para a realização deste trabalho, mas também para minha formação pessoal e profissional.

Expresso um agradecimento especial aos meus amigos que, de modo geral, me incentivaram a não desistir nos momentos mais desafiadores. Em especial, registro minha gratidão a Alesson Victor, Miguel Adelino, Rafaela Camila, Suelen Santana, Sheyla Mafra e Williane Luciana, companheiros de jornada que me apoiaram em todos os momentos do curso.

Estendo meu reconhecimento e agradecimento aos professores que compuseram a banca examinadora, Professor Dr. Artur Perrusi, do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE, e Professor Dr. Uiran Gebara, pela atenção, disponibilidade e contribuições significativas para o aprimoramento deste trabalho.

Após uma caminhada repleta de desafios e aprendizados, concluo este ciclo com a honra de me tornar Historiador e professor de História.

## SUMÁRIO

<b>AGRADECIMENTOS .....</b>	<b>04</b>
<b>SUMÁRIO .....</b>	<b>05</b>
<b>RESUMO .....</b>	<b>06</b>
1. Introdução .....	07
2. Materiais e métodos .....	08
3. Teoria da Ação Comunicativa e da Ética do Discurso em Jurgen Habermas .....	11
4. As fake News e a deterioração dos processos democráticos do Estado de Direito no Brasil .....	13
5. Impacto das fake News na opinião pública e na tomada de decisões nas eleições de 2018 no Brasil .....	22
6. Considerações finais .....	24
7. Referências .....	25
<b>ANEXO. Regras de submissão da Revista CLIO UFPE .....</b>	<b>28</b>

## **FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES DE 2018 NO BRASIL: AMEAÇA A COMUNICAÇÃO AUTÊNTICA E À DEMOCRACIA**

**Bruno Augusto dos Santos**

**RESUMO:** Este estudo analisa como as *fake news* impactaram a democracia brasileira nas eleições de 2018, à luz da Teoria da Ação Comunicativa de Habermas. A disseminação de desinformação nas redes sociais comprometeu o debate público e distorceu a formação da opinião crítica. A pesquisa, de abordagem qualitativa e baseada em revisão da literatura sobre o tema, identificou que o uso de notícias falsas rompeu com os princípios da racionalidade comunicativa imprescindível para democracia. Casos como o *kit gay*, alegações de fraude nas urnas e vídeos adulterados evidenciam a manipulação emocional e estimulam a propagação de discursos de ódio.

**PALAVRAS-CHAVE:** Eleições 2018; *Fake news*; Democracia; Teoria da Ação Comunicativa.

## **FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES DE 2018 NO BRASIL: AMEAÇA A COMUNICAÇÃO AUTÊNTICA E À DEMOCRACIA**

**ABSTRACT:** This study analyzes how fake news impacted Brazilian democracy in the 2018 elections, in light of Habermas's Theory of Communicative Action. The dissemination of misinformation on social media compromised public debate and distorted the formation of critical opinion. The research, which adopts a qualitative approach and is based on a literature review on the subject, identified that the use of fake news broke the principles of communicative rationality essential for democracy. Cases such as the gay kit, allegations of fraud at the polls, and edited videos highlight emotional manipulation and stimulate the spread of hate speech.

**KEYWORDS:** 2018 Elections; Fake news; Democracy; Theory of Communicative Action.

## **ANÁLISIS HISTORIOGRÁFICO SOBRE LAS FAKE NEWS EN LAS ELECCIONES DE 2018 EN BRASIL: AMENAZA A LA COMUNICACIÓN AUTÉNTICA Y A LA DEMOCRACIA**

**RESUMEN:** Este estudio analiza cómo las noticias falsas impactaron la democracia brasileña en las elecciones de 2018, a la luz de la Teoría de la Acción Comunicativa de Habermas. La difusión de desinformación en las redes sociales comprometió el debate público y distorsionó la formación de la opinión crítica. La investigación, de enfoque cualitativo y basada en una revisión de la literatura sobre el tema, identificó que el uso de noticias falsas rompió con los principios de la racionalidad comunicativa imprescindibles para la democracia. Casos como el *kit gay*, alegaciones de fraude en las urnas y videos adulterados evidencian la manipulación emocional y estimulan la propagación de discursos de odio.

**PALABRAS CLAVE:** Elecciones 2018; Noticias falsas; Democracia; Teoría de la Acción Comunicativa.

### **Biografia do autor com ORCID**

Licenciando em História pelo Departamento de História da Universidade Federal Rural de Pernambuco, Rua Dom Manuel de Medeiros, s/n, Dois Irmãos - CEP: 52171-900 - Recife/PE, e-mail: brunoaugusto2@hotmail.com e ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-9635-0242>

## 1. INTRODUÇÃO

A ascensão das *fake news* como fenômeno global representa um dos maiores desafios às democracias contemporâneas. No Brasil, esse problema ganhou força nas eleições presidenciais de 2018, quando conteúdos falsos, amplamente difundidos pelas redes sociais, comprometeram o debate público e influenciaram a opinião dos eleitores. Tal cenário intensificou o questionamento sobre a autenticidade da comunicação política e a integridade do processo democrático (Avritzer, 2023).

As eleições de 2018, no Brasil, foram marcadas pelo uso intensivo das redes sociais, especialmente Facebook e WhatsApp, como meios de disseminação de *fake news*. Segundo Dourado (2020), essa circulação multimodal e em larga escala dificultou o rastreamento das informações e ampliou seu poder de influência sobre a percepção dos eleitores.

Nesse cenário, destaca-se a atuação de influenciadores digitais e de contas automatizadas, os chamados *bots*, que contribuíram para a viralização de conteúdos manipulados e para a criação de uma “esfera pública forjada” – termo cunhado por Magrani e Oliveira (2018) para designar o ambiente em que algoritmos e filtros bolha distorcem a realidade percebida pelos usuários, moldando suas convicções políticas com base em falsas premissas.

Segundo Avritzer (2023) esse processo contraria a ideia de esfera pública deliberativa de Jürgen Habermas, que pressupõe um espaço de debate racional e livre de coerções, onde a opinião pública se forma por meio do diálogo argumentativo. Ao invés disso, a desinformação digital compromete a formação da vontade coletiva, fragilizando os fundamentos democráticos.

Emmendoerfer *et al.* (2022) enfatiza que a tática da utilização das *fake news* nas eleições de 2018 estavam associadas a uma estratégia mais ampla de contestação da legitimidade das urnas eletrônicas e ao questionamento dos resultados eleitorais. A desinformação, nesse caso, atuou como instrumento de deslegitimação das instituições democráticas, fomentando a desconfiança no sistema eleitoral e na própria justiça eleitoral. Essa estratégia de minar a credibilidade institucional revelou-se extremamente danosa para a estabilidade política e para o Estado de Direito.

A retórica empregada por determinados atores políticos, como o então candidato Jair Bolsonaro, também teve papel decisivo na construção de um ambiente de suspeição e descrédito (Porcello; Brites, 2018). Como enfatiza o estudo de Melo e Silva (2022), os discursos que questionam, sem provas, a lisura do processo eleitoral contribuem para a erosão da confiança democrática e podem desestimular a participação cidadã. Tais estratégias discursivas, ainda que

amparadas na liberdade de expressão, colocam em risco a própria estrutura da democracia constitucional.

Para além dos impactos eleitorais imediatos, as *fake news* revelam uma crise mais ampla: o enfraquecimento da mediação informativa e do jornalismo tradicional. Segundo Avritzer (2023), a perda de prestígio da imprensa na esfera pública favoreceu a ascensão de fontes não confiáveis e de discursos emocionais que dificultam o consenso democrático.

A crise da desinformação integra um processo global de transformação das democracias, marcado pela manipulação algorítmica e pela sobrecarga informativa imposta aos cidadãos (Tavares *et al.*, 2021). A viralização de conteúdos falsos nas redes sociais evidencia falhas estruturais das plataformas digitais, que priorizam a visibilidade e o alcance das publicações em detrimento da veracidade. Nesse sentido, Porcello e Brites (2018) destacam a urgência de medidas de verificação e educação midiática, diante da omissão das plataformas frente à desinformação.

O foco dessa reflexão sobre as *fake news* nas eleições de 2018 é sobre seu impacto no debate público e, conseqüentemente, na participação democrática da sociedade. Com base na teoria de Jürgen Habermas, nosso artigo visa contribuir para o entendimento dos riscos que a desinformação impõe à esfera pública e à comunicação autêntica, oferecendo subsídios para o enfrentamento desse fenômeno e o fortalecimento da democracia.

Portanto, este trabalho tem como objetivo analisar, à luz da Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, como as *fake news* se consolidaram como uma ameaça concreta à democracia brasileira durante as eleições presidenciais de 2018.

## **2. Materiais e métodos**

Trata-se de uma revisão de literatura, com abordagem qualitativa, orientada pela seguinte pergunta de pesquisa: de que maneira as notícias falsas impactaram a racionalidade comunicativa e a formação da opinião pública no processo eleitoral de 2018 no Brasil? A busca bibliográfica foi realizada nas bases de dados Google Acadêmico, *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), bem como em teses e dissertações disponíveis em repositórios acadêmicos. Foram incluídos estudos publicados entre 2018 e 2024, que abordassem as palavras-chave: “Eleições 2018”, “*Fake news*”, “Democracia” e “Teoria da Ação Comunicativa”. Também foram consultadas obras teóricas relevantes sobre a Teoria da Ação Comunicativa, de Jürgen Habermas, bem como outros livros que tratam da temática das *fake news* e das eleições de 2018.

A análise concentrou-se em quatro casos emblemáticos de *fake news* amplamente disseminadas durante o processo eleitoral: (1) o chamado “kit gay” e o livro exibido por Jair Bolsonaro no Jornal Nacional; (2) a alegação de fraude nas urnas eletrônicas; (3) a imagem manipulada de Manuela D’Ávila com a frase “Jesus é travesti”; e (4) o vídeo adulterado atribuído a Fernando Haddad recebendo propina. A escolha desses casos baseou-se em critérios como alta repercussão, diversidade de táticas de desinformação e posterior desmentido por agências de verificação.

Com base nos conceitos centrais da Teoria da Ação Comunicativa, cada caso foi examinado a partir de três dimensões analíticas: a distorção da racionalidade comunicativa, evidenciada pela obstrução do diálogo argumentativo; a colonização do mundo da vida pelo sistema, refletida na instrumentalização política da comunicação; e o comprometimento das condições ideais de fala, substituídas por mecanismos de manipulação emocional e polarização.

### **3. Teoria da Ação Comunicativa e da Ética do Discurso em Jürgen Habermas**

Jürgen Habermas, um dos principais representantes da segunda geração da Escola de Frankfurt, propôs uma reinterpretação da racionalidade moderna ao formular a Teoria da Ação Comunicativa (TAC), apresentada em 1981. Sua obra buscou reformular os fundamentos da teoria crítica ao articular a racionalidade comunicativa como alternativa à racionalidade instrumental típica do capitalismo tardio, que privilegia a eficiência em detrimento do entendimento. A TAC tem como foco os sintomas de desintegração social contemporânea, como a perda de liberdade e de sentido da vida, apontando caminhos para uma reconstrução emancipadora da modernidade (Habermas, 2022).

O princípio central da Teoria da Ação Comunicativa sustenta que os seres humanos são agentes capazes de utilizar a linguagem como meio de interação, visando à construção de consensos. Conforme afirma Habermas (2022), a linguagem ocupa um papel fundamental na mediação das relações entre os sujeitos. Nesse sentido, o agir comunicativo<sup>1</sup> refere-se à interação entre, no mínimo, dois indivíduos que se expressam por meio de formas verbais ou não verbais, desde que essa troca estabeleça uma relação orientada ao entendimento mútuo.

---

<sup>1</sup> “Reconhece-se que a proposta habermasiana do agir comunicativo é vista por alguns autores como um ideal normativo de difícil concretização na prática política, dada a prevalência do agir estratégico e das estruturas de poder. Ainda assim, a relevância do conceito reside em sua função crítica e orientadora, servindo como horizonte teórico para avaliar os déficits democráticos contemporâneos (cf. Avritzer, 2023; Herrlein Jr., 2007).”

Diferentemente de Adorno e Horkheimer<sup>2</sup>, que produziram reflexões mais pessimistas sobre a modernidade, Habermas vislumbra um potencial transformador na linguagem e no discurso. Ele rompe com a centralidade da categoria do trabalho, herdada do marxismo, em suas análises e investe na linguagem como forma de ação capaz de viabilizar consensos e transformações sociais. A linguagem, nesse sentido, não é apenas meio de transmissão, mas veículo de racionalidade comunicativa. Essa razão se manifesta em interações dialógicas que visam o entendimento mútuo, e não a simples obtenção de resultados (Dourado, 2020).

A ação comunicativa, nesse contexto, consiste em uma forma de interação orientada para o entendimento intersubjetivo entre os participantes. Trata-se de uma racionalidade prática que pressupõe um acordo voluntário, baseado na validade dos argumentos e não na imposição de interesses. Essa forma de racionalidade tem como elementos centrais a busca pela verdade, a veracidade e o consenso. Essa perspectiva de razão comunicativa substitui a razão instrumental como guia da convivência social, possibilitando a construção de normas legítimas por meio do discurso (Habermas, 2022).

A Ética do Discurso, desenvolvida por Habermas a partir da TAC, fornece os critérios normativos para a validade das normas morais. Uma norma é legítima se puder ser aceita por todos os afetados, em condições ideais de fala — o que inclui igualdade de participação, ausência de coerção e disposição mútua ao entendimento. Esses princípios incluem o Princípio D (validade das normas mediante aceitação universal) e o Princípio U (aceitação sem coação e com consideração das consequências). Assim, a ética discursiva torna-se fundamento para uma moralidade racional e democrática (Costa, 2019).

Outro conceito-chave da teoria habermasiana é a distinção entre "mundo da vida" (*Lebenswelt*) e "sistema". O mundo da vida refere-se à esfera da cultura, das relações interpessoais e das identidades, regido pela comunicação. Já o sistema corresponde às esferas do mercado e do Estado, orientadas pelo dinheiro e pelo poder. A colonização do mundo da

---

<sup>2</sup> Theodor Adorno (1903–1969) e Max Horkheimer (1895–1973) foram dois dos principais representantes da Escola de Frankfurt e coautores da obra *Dialética do Esclarecimento* (1947), marco fundamental da Teoria Crítica. Ambos desenvolveram uma análise profunda das contradições da modernidade, argumentando que a razão, originalmente libertadora, havia se transformado em instrumento de dominação nas sociedades industriais avançadas. Para eles, a chamada razão instrumental, voltada à eficiência e ao controle, reduziu a autonomia dos indivíduos e favoreceu a reprodução de estruturas opressoras. Adorno destacou-se também por sua crítica à indústria cultural, vista como meio de padronização e manipulação das massas. Já Horkheimer introduziu a distinção entre razão subjetiva e objetiva, apontando que a redução da razão à sua forma instrumental comprometeu sua capacidade crítica. Ambos influenciaram profundamente Jürgen Habermas, que foi assistente de Adorno entre 1956 e 1961, embora posteriormente tenha proposto uma reformulação mais otimista da racionalidade, centrada na comunicação e no entendimento mútuo.

vida pelo sistema resulta na desintegração social, na medida em que a lógica instrumental se impõe sobre esferas que deveriam ser regidas pelo entendimento (Dourado, 2020).

Essa colonização do mundo da vida revela-se quando as estruturas de comunicação social são invadidas por racionalidades funcionais e utilitárias, prejudicando a formação de consensos autênticos. Habermas entende que a superação dessas patologias sociais exige o fortalecimento da esfera pública e da comunicação argumentativa. Como defendem Costa *et al* (2019), a TAC resgata a possibilidade de uma sociedade mais deliberativa, onde os indivíduos, por meio do discurso racional, possam construir coletivamente os fundamentos normativos da convivência.

A democracia, nesse modelo, não se resume ao voto periódico, mas exige uma esfera pública ativa, plural e informada. Habermas propõe a democracia deliberativa como forma de legitimação do poder político, baseada na participação discursiva dos cidadãos. Esse modelo democrático apoia-se na racionalidade comunicativa como fundamento das decisões públicas, permitindo que a legitimidade do poder decorra da formação de consensos racionais, e não da mera imposição de vontades majoritárias (Dourado, 2020).

#### **4. As *fake news* e a deterioração dos processos democráticos do Estado de Direito no Brasil**

O conceito de *fake news* ultrapassa a noção simplista de “notícias falsas”. Trata-se de conteúdos que simulam a linguagem, o formato e a estrutura do jornalismo tradicional, mas que são deliberadamente manipulados — inventados, distorcidos ou retirados de contexto — com o objetivo de enganar ou manipular. Seu caráter enganoso está diretamente relacionado à sua aparência de legitimidade, o que os torna ainda mais perigosos na sua utilização para desinformação do público. A definição estrita, portanto, é insuficiente para compreender a complexidade desse fenômeno, que envolve disputas de poder, estratégias de comunicação e reconfigurações tecnológicas do espaço público (Szwako; Ratton, 2022).

As *fake news*, ou notícias falsas, ganharam força nos últimos anos, impulsionadas pelo alcance das redes sociais e aplicativos de mensagens, sendo propagadas com velocidade superior à de qualquer vírus. Um exemplo ocorreu em abril de 2020, quando circulou um boato de que máscaras importadas da China estariam contaminadas com coronavírus, supostamente como parte de um plano para instalar o comunismo no Brasil. Apesar de desmentida por instituições científicas e portais de *fact-checking*, a notícia gerou grande impacto. As *fake news* têm se mostrado frequentes em áreas como saúde e política, com destaque para as eleições

brasileiras de 2018, quando campanhas ilegais de disparos automatizados foram associadas por determinados grupos políticos. Uma pesquisa internacional de 2019 revelou que 86% das pessoas já haviam acreditado em ao menos uma notícia falsa, majoritariamente disseminadas por redes sociais como Facebook e Twitter.

Segundo o historiador Bruno Leal (in Pinsky *et all*, 2021), a prática de espalhar boatos e mentiras não é nova: acompanha a história da humanidade e provoca reações. A Bíblia, por exemplo, condena explicitamente a falsidade, como no mandamento “Não darás falso testemunho contra o teu próximo” (Êxodo 20:16). O Código Penal brasileiro também tipifica crimes como falso testemunho, refletindo a importância de se punir a mentira. Na Psicologia, há um distúrbio específico, a mitomania, que define a compulsão em mentir. Historicamente, a mentira se manifestou de diversas formas — meias verdades, plágios, fraudes, boatos e campanhas difamatórias —, demonstrando que sua existência é anterior à imprensa moderna. Assim, *fake news* podem ser entendidas como relatos falsos que circulam em diferentes formatos e épocas, desde a tradição oral até as plataformas digitais, moldando percepções sociais e políticas.

Portanto, podemos dizer que as *fake news* têm uma longa trajetória histórica, desde a Antiguidade até os dias atuais, sendo utilizadas para manipular opiniões, desacreditar adversários e influenciar decisões políticas e sociais. Na Roma Antiga, Otaviano lançou uma campanha difamatória contra Marco Antônio, associando-o negativamente a Cleópatra, enquanto no Império Bizantino, a obra *Anékdota* de Proópio espalhava acusações duvidosas contra o imperador Justiniano. No Renascimento, Pietro Aretino utilizou versos satíricos para atacar candidatos ao papado, criando um modelo que inspirou os futuros “pasquins” europeus. O século XVII assistiu ao surgimento dos *canards*, gazetas sensacionalistas francesas repletas de boatos, enquanto o século XIX, com a popularização da imprensa diária e a redução do analfabetismo, ampliou o consumo de notícias e, conseqüentemente, a circulação de falsidades. Episódios como a fraude do *The New York Sun*, em 1835, e a ascensão do *yellow journalism* nos Estados Unidos consolidaram uma tradição de exploração midiática de notícias falsas, marcada por manchetes escandalosas e apelos emocionais (Leal in Pinsky *et all*, 2021, pp.147-171).

No início do século XX, a obra antissemítica *Os Protocolos dos Sábios de Sião* exemplificou a combinação de *fake news* e teorias da conspiração para justificar perseguições ao povo judeu, sendo amplamente difundida e traduzida, inclusive no Brasil, fomentando ódio

étnico e racial. Casos como o “Caso Dreyfus”<sup>3</sup> na França e a propaganda exagerada da Primeira Guerra Mundial demonstram como as notícias falsas foram usadas para manipular percepções públicas e legitimar ações políticas. Esses episódios históricos revelam que a manipulação da informação não é um fenômeno recente nem exclusivo da era digital, mas um recurso recorrente em diferentes contextos históricos, sempre explorando a credibilidade das fontes e a vulnerabilidade das sociedades à desinformação (Leal *in* Pinsky et al, 2021, pp.147-171).

Em 1937, o governo brasileiro divulgou o falso “Plano Cohen”, que alegava um complô comunista para tomar o poder, gerando pânico e servindo de pretexto para Getúlio Vargas instaurar o Estado Novo (1937-1945) com medidas autoritárias. Décadas depois, descobriu-se que a ditadura argentina (1976-1983) também mantinha uma “usina de notícias falsas” usada para difamar opositores e manipular a opinião pública. As *fake news*, porém, não se limitam a contextos políticos ou de guerra: entre as décadas de 1920 e 1950, grandes marcas de cigarro chegaram a contratar médicos para promover falsamente benefícios do fumo, colocando em risco a saúde de milhões de pessoas<sup>4</sup> (Leal *in* Pinsky et al, 2021, pp.147-171).

Contudo, as *fake news* no presente adquiriram força sem precedentes com a ascensão das redes sociais e aplicativos de mensagens, especialmente a partir da década de 2010, tornando-se um problema global com potencial para desestabilizar democracias e limitar direitos. Seu alcance é amplificado por tecnologias de comunicação, pela era da pós-verdade — em que a emoção prevalece sobre os fatos — e pela descentralização da autoridade do enunciador. Exemplos como o boato sobre “mamadeiras eróticas” nas eleições brasileiras de 2018 mostram como apelos emocionais podem sobrepor-se à razão, alimentando discursos de medo e polarização social.

No campo político, as *fake news* constituem um recurso tático voltado à manipulação da opinião pública e à fabricação de uma suposta polarização social. Elas não apenas veiculam inverdades, mas atuam diretamente sobre os afetos coletivos, reforçando identidades ideológicas e fomentando a lógica dicotômica de “nós” contra “eles”. Essa operação simbólica favorece a aceitação acrítica de conteúdos falsos, que passam a ser considerados verdadeiros por confirmarem crenças pré-existentes dos grupos sociais. Assim, as *fake news* não se limitam

---

<sup>3</sup> Alfred Dreyfus foi um oficial do Exército Francês, de origem judaica, que, no final do século XIX, foi vítima de uma fraude jurídica que encenou um escândalo de espionagem, alimentando o antissemitismo da opinião pública francesa.

<sup>4</sup> Cabe registrar que existem exemplos mais recentes de manipulação informacional no Brasil, como casos veiculados durante a ditadura militar, a exemplo de reportagens da Folha de S. Paulo. Contudo, optou-se por não aprofundar tais episódios neste artigo, em razão da limitação de espaço e do foco na relação entre *fake news* e democracia nas eleições de 2018. A breve contextualização histórica buscou apenas indicar a longa trajetória do uso político de notícias falsas, sem pretensão de esgotar o tema.

ao conteúdo da mensagem, mas articulam-se com o contexto cultural, emocional e político de seus receptores.

Além disso, o termo *fake news* tem sido apropriado de maneira distorcida por atores políticos, como Donald Trump e Jair Bolsonaro, que o utilizam não para se referir a conteúdos falsificados, mas para deslegitimar o jornalismo profissional e críticas institucionais. Nessa concepção autorreferente, toda notícia que contrarie os interesses do líder ou seu grupo é rotulada como “falsa”, independentemente de sua veracidade factual. Esse uso perverso da expressão contribui para o descrédito das instituições democráticas e enfraquece o papel da imprensa como instância mediadora da verdade (Szwako; Ratton, 2022).

A natureza digital das *fake news* é outro componente central de sua definição contemporânea, uma vez que elas se disseminam com velocidade exponencial em redes sociais e aplicativos de mensagens, impulsionadas por algoritmos que privilegiam o engajamento e o sensacionalismo. Contas automatizadas, conhecidas como *bots*, e perfis falsos são frequentemente utilizados para amplificar artificialmente o alcance dessas mensagens. Ao mesmo tempo, interesses econômicos e políticos investem recursos significativos na produção e disseminação de desinformação, tornando o fenômeno ainda mais sofisticado e difícil de combater por mecanismos tradicionais (Magrani; Oliveira, 2018).

É importante salientar que as *fake news* se constituem como um fenômeno multidimensional que combina intencionalidade, aparência de veracidade, circulação em ambientes digitais e instrumentalização política. Elas não apenas deturpam a realidade, mas reconfiguram o campo da comunicação pública, tensionando os limites entre verdade, crença e opinião. Seu enfrentamento exige não apenas ações pontuais de verificação de fatos, mas uma abordagem integrada e crítica, capaz de compreender seus efeitos epistêmicos, políticos e sociais. A definição de *fake news*, portanto, deve ser pensada não como um rótulo fixo, mas como uma categoria dinâmica, situada no cruzamento entre tecnologia, poder e subjetividade.

Recuero (2020) enfatiza que a intensificação da circulação de *fake news* no Brasil tem colocado em risco os pilares fundamentais do Estado Democrático de Direito. Embora a disseminação de informações falsas não seja um fenômeno recente, o uso estratégico dessas notícias em campanhas políticas recentes, especialmente nas eleições de 2018, expõe uma dinâmica complexa de manipulação da opinião pública que compromete a qualidade do debate democrático (Recuero, 2020).

A internet e as redes sociais digitais criaram um ecossistema de comunicação descentralizado, no qual qualquer indivíduo pode produzir e disseminar conteúdo em larga escala, sem mediação editorial. Essa nova configuração informacional, que deveria ampliar o

acesso à esfera pública habermasiana, paradoxalmente, tem contribuído para a erosão da racionalidade comunicativa e para a intensificação da polarização política (Ituassu *et al.*, 2019).

Durante o pleito de 2018, um dos casos mais emblemáticos de *fake news* foi o chamado "kit gay", termo cunhado para se referir de maneira distorcida ao programa "Escola sem Homofobia". O suposto kit surgiu em 2004, quando o governo federal lançou o programa "Brasil sem Homofobia", que tinha como objetivo combater a violência e o preconceito contra a população lésbica, gay, bissexual, transgênero, queer, intersexo, assexual e demais identidades não hegemônicas (LGBTQIAPN+) (Pereira, 2024).

Segundo Santos (2018), no contexto do programa, elaborou-se uma cartilha com vídeos de apoio voltada à formação de educadores para tratar questões relacionadas a gênero e sexualidade nas escolas, originando o projeto "Escola sem Homofobia". Em 2011, quando o material estava pronto para impressão, setores conservadores da sociedade e do Congresso iniciaram uma forte campanha contrária, acusando o conteúdo de estimular o "homossexualismo" e a "promiscuidade". O governo, sob pressão, suspendeu o projeto bem como a distribuição do material de divulgação.

Durante a campanha eleitoral de 2018, Jair Bolsonaro exibiu no Jornal Nacional um livro de capa roxa, "Aparelho Sexual e Cia", da jornalista Hélène Bruller, afirmando que seria parte do material entregue em escolas públicas. A alegação foi rapidamente desmentida por agências de checagem como a Agência Lupa e por reportagens que consultaram fontes oficiais do Governo Federal, as quais confirmaram que o livro nunca fez parte do programa e não foi distribuído em escolas (Santos, 2018).

Apesar disso, a imagem de Bolsonaro segurando o livro diante de milhões de telespectadores gerou forte apelo emocional e reforçou a desinformação, demonstrando como a mentira pode ganhar legitimidade ao ser veiculada por meios de comunicação tradicionais. Esse uso estratégico da mentira ilustra o fenômeno da pós-verdade, no qual emoções se sobrepõem à veracidade dos fatos (Pereira, 2024). Na Figura 1, a foto de Jair Bolsonaro segurando e exibindo o livro no Jornal Nacional.

**Figura 1:** Bolsonaro mostrando o livro



Fonte: Frame do Jornal Nacional. Adaptado de Lery;Santana, 2021

Outro episódio associado ao mesmo contexto foi a participação de Bolsonaro na Câmara dos Deputados, em 2012, durante o 9º Seminário LGBT, que teve como tema “Infância e Sexualidade”. O evento, longe de tratar de “sexualização infantil”, como alegou o então deputado, abordava a proteção de crianças que não se encaixam em papéis de gênero tradicionais, sob o lema “Todas as infâncias são esperança”. Ao chamar o evento de “nono seminário LGBT infantil”, Bolsonaro distorceu propositalmente os fatos para causar impacto emocional. A associação de informações verdadeiras com elementos manipulados — como a existência da cartilha e o evento no Congresso — reforça a construção da *fake news*. De acordo com Zarzalejos (2017) e Rosales (2017), essa manipulação do discurso demonstra como a apelação emocional em tempos de pós-verdade torna irrelevante a checagem factual, transformando meias-verdades em instrumentos de convencimento eleitoral.

Outro exemplo significativo de *fake news* ocorreu durante o período eleitoral de 2018, com a circulação de uma imagem adulterada da então candidata à vice-presidência Manuela D’Ávila. A montagem, amplamente disseminada em redes sociais e grupos de WhatsApp, mostrava a deputada usando uma camiseta com a frase “Jesus é travesti”, acompanhada de um arco-íris — símbolo associado à luta da comunidade LGBTQIA+.

No entanto, a imagem original havia sido manipulada, pois a camiseta, na realidade, trazia a frase “Rebele-se!”. É importante destacar que essa montagem antecedeu inclusive a polêmica gerada pelo especial de Natal do grupo Porta dos Fundos, exibido na Netflix em 2019, no qual Jesus era retratado em um relacionamento homoafetivo. A Figura 2 ilustra essa falsificação utilizada como instrumento de ataque político e desinformação.

**Figura 2:** Montagem da imagem de Manuela D’Ávila com a frase “Jesus é travesti”



Fonte: Twitter (Manuela, 2018). Adaptado de Iacomini, 2024

Essa *fake news* mobilizou simbologias religiosas e morais para associar a candidatura dela e de Fernando Haddad ao desrespeito à fé cristã. Como aponta Iacomini (2024), a instrumentalização da religião pela campanha bolsonarista associou o comunismo a uma ameaça espiritual, favorecendo uma retórica de exclusão e intolerância religiosa. A reação de Manuela D'Ávila às *fake news* foi marcada por estratégias de comunicação direta via Instagram, com uso de linguagem pessoal, vídeos explicativos e publicações com instruções sobre como reconhecer e denunciar notícias falsas. Esse enfrentamento evidencia uma nova forma de comunicação política que busca disputar a narrativa em tempo real e recuperar a confiança do eleitor (Nascimento, 2019).

Fernando Haddad também foi alvo de desinformação durante as eleições presidenciais de 2018. Um vídeo manipulado, amplamente compartilhado no WhatsApp e no Facebook, sugeria falsamente que o então candidato petista estaria envolvido em um esquema de corrupção, sendo filmado quando supostamente recebia propina. Apesar de rapidamente desmentida por agências de checagem como a Fato ou *Fake* do G1, a peça desinformativa teve ampla difusão e alto impacto simbólico, sobretudo devido ao seu apelo visual e à estratégia emocional de vinculação automática entre imagem e narrativa criminal (Damasceno-Morais; Oliveira, 2021). A matéria do G1 na Figura 3 trata da *fake News* relativa ao vídeo divulgado.

**Figura 3:** Vídeo divulgado contendo Fernando Haddad recebendo propina

The image shows a screenshot of a news article on the G1 website. At the top, there is a red navigation bar with the G1 logo, the text 'FATO OU FAKE', and a search bar labeled 'BUSCAR'. The main headline reads 'É #FAKE e-mail que diz que Fernando Haddad foi filmado recebendo propina'. Below the headline, a sub-headline states: 'Mensagem afirma que texto foi publicado pelo G1, mas nenhuma reportagem com esse conteúdo foi publicada no site. Além disso, e-mail utilizado não é do Grupo Globo.' The author is listed as 'Por G1' and the date is '14/10/2018 16h50 · Atualizado há 6 anos'. A video thumbnail is displayed with the word 'FAKE' in large white letters over a dark background. A vertical red button labeled 'Pesquisa' is on the right side.

Fonte: Disponível no site <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/14/e-fake-e-mail-que-diz-que-fernando-haddad-foi-filmado-recebendo-propina.ghtml> Acesso em Jul 2025

A verificação dos fatos mostrou que o vídeo, na verdade, retratava um caso ocorrido na cidade de Jacareí (SP), em que o então secretário de Finanças, Édio Lopes, foi flagrado recebendo dinheiro ilícito. Em nenhum momento Fernando Haddad aparecia na gravação, tampouco havia qualquer conexão com o episódio. A mensagem que acompanhava o vídeo, disseminada por correntes de e-mail e redes sociais, utilizava um título enganoso e associava indevidamente o político ao conteúdo, configurando um exemplo clássico de desinformação por meio de reaproveitamento de material real com falsificação do contexto (G1, 2018).

Esse tipo de estratégia evidencia uma prática recorrente no ecossistema das *fake news*, que é a reutilização de conteúdos verdadeiros — como imagens ou vídeos — para induzir a interpretações fraudulentas por meio da alteração de legendas, títulos ou narrativas. Tal mecanismo explora a velocidade e a superficialidade do consumo de informação nas redes, dificultando o exercício crítico do eleitorado e produzindo efeitos duradouros na memória coletiva. Ainda que desmentido, o conteúdo falso tende a persistir no imaginário de parte da população, especialmente quando reforça crenças preexistentes ou discursos previamente legitimados nos grupos de circulação.

No que se refere às urnas eletrônicas, narrativas de fraude começaram a circular com força a partir de 2014, mas se intensificaram nas eleições de 2018 e, posteriormente, em 2022. Essas alegações, embora desprovidas de base factual, foram sistematicamente reforçadas por

líderes políticos e reverberadas em redes sociais, criando um clima de desconfiança generalizada (Dienstbach; Cordeiro; Sabbatini, 2024).

Estudos demonstram que a insegurança em relação às urnas eletrônicas tem pouco a ver com falhas técnicas, e muito mais com o enquadramento discursivo que associa as eleições à corrupção e ao domínio da "esquerda". A desconfiança se transforma em elemento de identidade política, sendo reforçada por argumentos morais e simbólicos (Dourado; Almeida; Piaia, 2024).

A análise das imagens nas *fanpages* de Bolsonaro e Haddad no segundo turno mostra como as estratégias visuais também colaboraram para consolidar determinadas narrativas. Enquanto Bolsonaro aparecia com símbolos patrióticos e religiosos, Haddad era representado em contextos mais institucionais. Essa diferença estética reforçou os enquadramentos emocionais que favoreceram o candidato do PSL (Longhi; Oliveira, 2020).

A atuação do Jornal Nacional também foi questionada no que diz respeito ao processo eleitoral. Estudos indicam que a sabatina de Bolsonaro e Haddad apresentou assimetrias de tratamento, com maior hostilidade e interrupções dirigidas ao candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), o que contribuiu para um efeito de longo prazo na legitimação de determinadas narrativas (Pereira, 2024).

A proliferação de *fake news*, sobretudo com teor conspiratório e moralizante, se insere em uma lógica de polarização afetiva, na qual os adversários políticos são tratados como inimigos morais. Essa lógica foi intensificada pelo uso de memes, vídeos curtos e conteúdos humorísticos, que facilitaram o engajamento e dificultaram a verificação factual (Sousa Júnior; Petroll; Rocha, 2023).

O livro "O Brasil vai às urnas" (Tesseroli; Pimentel, 2019) mostra que a campanha de 2018 foi marcada por um processo acelerado de "hipermidiatização" da política, no qual os algoritmos das redes sociais favoreceram a viralização de conteúdos extremos. Nesse ambiente, a comunicação racional e deliberativa perdeu espaço para a retórica emocional e polarizante.

Vale salientar que a propagação de *fake news* não apenas compromete a integridade do processo eleitoral, mas desestabiliza o próprio pacto democrático. Ao transformar a mentira em arma política e minar a confiança nas instituições, as *fake news* corroem a legitimidade do Estado de Direito. Enfrentar esse desafio exige uma combinação de regulação digital, educação midiática e compromisso ético das lideranças políticas e da sociedade civil organizada (Sousa Júnior; Petroll; Rocha, 2023).

## 5. Impactos das *fake news* na opinião pública e na tomada de decisões nas eleições de 2018 no Brasil

A partir da TAC e da Ética do Discurso de Jürgen Habermas, é possível compreender que a difusão de *fake news* no processo eleitoral brasileiro de 2018 comprometeu as condições ideais de comunicação pública. A racionalidade comunicativa, fundamentada na busca de consensos autênticos por meio de argumentos válidos, foi substituída por uma lógica instrumental, marcada pela manipulação emocional e pela circulação de informações fraudulentas (Iensue; Carvalho, 2023).

A opinião pública, elemento central da esfera pública habermasiana, tem sido significativamente afetada pela colonização do mundo da vida por interesses estratégicos e utilitaristas. Essa colonização ocorre quando os sistemas do poder e do dinheiro, que deveriam operar de forma funcional e separada da esfera comunicacional, invadem o espaço das interações cotidianas baseadas na linguagem, minando a possibilidade de comunicação livre de coerção. No contexto político contemporâneo, especialmente durante processos eleitorais, observa-se o enfraquecimento dos vínculos entre a racionalidade comunicativa e a formação autônoma da opinião pública (Avritzer, 2023).

Em vez de um debate democrático pautado pela razão, pelo diálogo argumentativo e pelo entendimento mútuo, o que se verificou foi a apropriação das redes sociais por agentes políticos que empregaram *fake news* como instrumentos de manipulação discursiva, persuasão emocional e sabotagem do espaço público de deliberação. Esses atores se beneficiaram da lógica algorítmica das plataformas digitais, que privilegia o engajamento baseado na polarização e no sensacionalismo, em detrimento da veracidade e da argumentação racional. O resultado é uma esfera pública distorcida, onde prevalecem informações enviesadas e fragmentadas (Recuero, 2020).

Nesse cenário, o conceito habermasiano de “mundo da vida”, entendido como o espaço simbólico de produção de sentido compartilhado entre os sujeitos, foi gradualmente invadido pela lógica sistêmica que rege os meios de dominação econômica e política. A linguagem, que deveria mediar a compreensão entre os interlocutores, passou a ser instrumentalizada para fins estratégicos, transformando o discurso político em ferramenta de controle simbólico. Esse fenômeno compromete não apenas a qualidade do debate público, mas também a legitimidade das decisões coletivas tomadas em nome da democracia (Brígido; Cunha, 2017).

Como destaca Herrlein Jr. (2016), ao invés de promover o entendimento intersubjetivo necessário à formação de consensos legítimos, as campanhas políticas passaram a degradar o

espaço comunicativo por meio da imposição de narrativas fabricadas, sustentadas em meias-verdades e conteúdos manipulados. A racionalidade comunicativa, base da democracia deliberativa proposta por Habermas, foi substituída por uma racionalidade estratégica, cuja finalidade é a conquista de poder e influência, mesmo que à custa da verdade. Esse deslocamento configura uma grave ameaça à esfera pública democrática e exige respostas institucionais e culturais que resgatem a centralidade do discurso ético e transparente nas práticas políticas contemporâneas.

Ao analisar casos como o “kit gay”, a imagem falsificada de Manuela D’Ávila ou os vídeos adulterados de Fernando Haddad, nota-se que tais táticas e estratégias não apenas desinformaram, mas geraram efeitos emocionais profundos. A polarização afetiva resultante reforçou identidades grupais hostis ao diálogo, inviabilizando a racionalidade comunicativa proposta por Habermas (Melo; Silva, 2022).

A Ética do Discurso, ao exigir condições ideais de fala - como igualdade, ausência de coerção e argumentação baseada em razões – foi gravemente comprometida. Os interlocutores no espaço público digital foram expostos a campanhas de desinformação sistemática, comprometendo a autonomia e a capacidade crítica necessárias à tomada de decisão eleitoral consciente (Magrani; Oliveira, 2018).

As *fake news* atuaram como instrumentos de colonização do espaço democrático, distorcendo a formação da vontade política coletiva. A manipulação de conteúdos, como os vídeos falsos e imagens adulteradas, rompeu com os princípios de veracidade, verdade factual e retidão basilares da TAC. Dessa forma, o processo eleitoral tornou-se um campo assimétrico, minando os fundamentos éticos da deliberação (Melo; Silva, 2022).

A desinformação comprometeu a confiança nos sistemas eleitorais ao disseminar, de forma infundada, boatos sobre fraudes nas urnas eletrônicas, gerando descrédito nas instituições democráticas e favorecendo o avanço de movimentos autoritários que rejeitam o consenso e a mediação institucional. Esse cenário foi agravado pelo uso massivo de redes sociais como WhatsApp e Facebook, cuja ausência de moderação e arquitetura algorítmica ampliaram a assimetria informacional, facilitando a viralização de discursos emocionais, conspiratórios e moralizantes, o que deteriorou a qualidade do debate público e silenciou vozes dissonantes (Emmendoerfer *et al.*, 2022).

Essa configuração ameaça o princípio habermasiano segundo o qual o poder político deve ser legitimado por meio de um processo discursivo inclusivo e racional. Quando a decisão do eleitor é determinada por mentiras amplamente disseminadas, perde-se a base moral que sustenta a soberania popular em uma democracia deliberativa. Portanto, os impactos das *fake*

*news* nas eleições de 2018 não se limitam a episódios pontuais, mas refletem uma crise estrutural na esfera pública contemporânea. A racionalidade comunicativa foi substituída pela lógica do engano e da manipulação, o que demanda uma urgente reestruturação das práticas comunicativas no espaço político (Santos; Leal, 2020).

Nesse contexto, torna-se essencial resgatar os fundamentos da Ética do Discurso, promovendo educação midiática, fortalecendo agências de verificação e exigindo responsabilidade pública das plataformas digitais. Somente assim será possível restaurar as condições de fala necessárias à construção de consensos democráticos e impedir a degradação do Estado de Direito (Magrani; Oliveira, 2018).

Em última instância, a reflexão habermasiana sobre o papel do discurso na legitimação das normas sociais aponta para a necessidade de uma democracia deliberativa renovada, capaz de resistir à colonização do mundo da vida pelas *fake news* e reorientar a política rumo ao entendimento mútuo, à transparência e à justiça comunicativa (Recuero, 2020).

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados dessa breve reflexão evidenciam que as *fake news* nas eleições de 2018 atuaram como dispositivos de colonização do mundo da vida, ao substituírem o diálogo racional por estratégias de manipulação emocional, rompendo com os princípios da ação comunicativa e da ética discursiva propostos por Habermas. Esse cenário provocou uma crise na esfera pública, na medida em que comprometeu as condições de formação da vontade coletiva e minou a legitimidade do processo democrático.

A análise dos casos selecionados demonstra que a tática de disseminação de conteúdos falsos foi sistematicamente utilizada por determinados atores políticos para deslegitimar instituições, estimular o descrédito nas urnas eletrônicas e mobilizar afetos por meio de narrativas moralizantes. Ao fazer isso, tais estratégias não apenas impactaram decisões eleitorais imediatas, mas inauguraram uma nova lógica de comunicação política, marcada pela irracionalidade e pela hostilidade ao dissenso.

Portanto, o combate às *fake news* envolve regulamentação jurídica, investigações parlamentares, atuação de agências de *fact-checking* e responsabilização das próprias plataformas digitais. Embora redes sociais como o Facebook tenham adotado planos de combate à desinformação, a velocidade de propagação e os algoritmos que priorizam conteúdos de alto engajamento ainda favorecem o avanço das notícias falsas. Paralelamente, iniciativas

acadêmicas e educacionais têm se mostrado estratégicas, como estudos que analisam técnicas de manipulação e programas de conscientização voltados para fortalecer a capacidade crítica da população.

Segundo Bruno Leal (Pinsky et all, 2021), a escola é essencial nesse processo de combate as fake news ao promover uma formação cidadã baseada na valorização da verdade e do pensamento crítico. Professores podem trabalhar com os alunos a “história da mentira” e a relação entre *fake news* antigas e atuais, utilizando atividades práticas, como a criação e análise de notícias falsas simuladas, para desenvolver competências de verificação de informações. Tais ações contribuem para formar cidadãos conscientes e preparados para lidar com a desinformação na vida cotidiana.

Bem como é urgente a adoção de políticas públicas que combatam a desinformação e que promovam a revalorização da comunicação ética, participativa e crítica. Isso inclui investimentos em educação midiática, o fortalecimento e democratização da imprensa profissional, a regulação responsável das plataformas digitais e a construção de uma cultura deliberativa baseada na escuta, na argumentação e no respeito à pluralidade. Somente assim será possível restaurar a esfera pública como espaço legítimo de construção democrática.

## 7. REFERÊNCIAS

AVRITZER, Leonardo. **Esfera pública sem mediação?** Habermas, anti-iluminismo e democracia. Lua Nova: Revista de Cultura e Política, p. 13-40, 2023.

BRÍGIDO, Edimar Inocencio; DA CUNHA, Ramon Aurélio Junior. **Habermas e a ética do discurso.** Saberes: Revista interdisciplinar de Filosofia e Educação, n. 15, 2017.

COSTA, Celso Paulo. **Teoria da ação comunicativa.** Anuário Pesquisa e Extensão Unoesc Chapecó, v. 4, p. e20030-e20030, 2019.

DAMASCENO-MORAIS, Rubens; OLIVEIRA, Bruna Agapito. **Fake news como representação da violência:** O caso do kit gay. Revista Coralina (ISSN 2675-1399), v. 3, n. 2, p. 135-157, 2021.

DIENSTBACH, Dalby; CORDEIRO, Maria Sirleidy; SABBATINI, Leticia. **Dialogismos na desinformação:** uma abordagem discursiva do debate on-line sobre fraude nas urnas no Brasil. Intexto, n. 56, 2024.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil.** 2020. 308 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020.

DOURADO, Tatiana; ALMEIDA, Sabrina; PIAIA, Victor. **Fraude nas urnas e contestação eleitoral no Brasil**: análise multiplataforma de atores políticos, viés conspiratório e moderação de conteúdo. *Opinião Pública*, v. 30, p. e3017, 2024.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz et al. **Eleições governamentais e combate a fake news no Brasil**. *Sociedade e Cultura*, v. 25, 2022.

GUIMARÃES, Júlia. **As redes sociais como uma extensão da esfera pública**: limites e possibilidades para a democracia. *Direito UNIFACS–Debate Virtual-Qualis A2 em Direito*, n. 298, 2025.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria da ação comunicativa**. São Paulo: Editora Unesp, 2022.  
HERRLEIN JR, Ronaldo. **Uma Introdução ao Pensamento de Habermas**: Teoria da Ação Comunicativa. *Revista Práxis*, v. 1, p. 49-58, 2007.

IACOMINI, Luca Lima. **Brasileiros que não são cristãos como eu**: Manuela D’Ávila, anticomunismo e fake news. *Mosaico*, v. 16, n. 25, p. 157-181, 2024.

IENSUE, Geziela; CARVALHO, Gabrielly Alves. **Liberdade de expressão, discurso de ódio e mídia**: reflexões a partir do agir comunicativo. *Revista Thesis Juris*, v. 12, n. 2, p. 408-426, 2023.

ITUASSU, Arthur et al. **Campanhas online e democracia**: As mídias digitais nas eleições de 2016 nos Estados Unidos e 2018 no Brasil. p. 15-48. In PIMENTEL, Pedro Chapaval; RESSEROLI, Ricardo. **O Brasil vai às urnas**: as campanhas eleitorais para presidente na TV e na internet. Londrina: Syntagma Editores, 2019.

LERY, Julia; SANTANA, Paulo Basilio. **Veracidade e narrativa**: os critérios de verdade na entrevista de Bolsonaro ao *Jornal Nacional*. Intercom: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 44, n. 2, p. 189-199, 2021.

LONGHI, Carla; OLIVEIRA, Ivanilce. **Eleições 2018 no Brasil**: análise das imagens no Facebook dos candidatos ao 2º turno. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 26, n. 4, 2020.

MAGRANI, Eduardo; OLIVEIRA, Renan Medeiros. **A esfera pública (forjada) na era das fake news e dos filtros-bolha**. *Cadernos Adenauer*. Fake news e as eleições, 2018.

MELO, Fabiane; SILVA, Maria Rosinete. **Discursos que põem em risco a estabilidade das instituições e a democracia do Brasil**. *Revista Jurídica da Escola do Poder Judiciário do Acre*, v. 1, n. 3, p. 40-54, 2022.

NASCIMENTO, Victória Maxini Ribeiro do. **“Compartilhe a verdade”**: a comunicação política de Manuela d’Ávila em combate às fake news sobre ela nas eleições presidenciais de 2018, no Instagram. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

PEREIRA, Pedro Barreto. Ethos bolsonarista e a noção de crime. In LERNER, Katia; TEIXEIRA, Cristina; VAZ, Paulo. **Entre medo e solidariedade: mídia, política e alteridade na covid-19**, São Paulo: Pimenta Cultural, 2023.

PIMENTEL, Pedro Chapaval; TESSEROLI, Ricardo. **O Brasil vai às urnas: as campanhas eleitorais para presidente na TV e na internet**. Londrina: Syntagma Editores, 2019.

PINSKY, Jame; PINSKY, Cala; FICO, Calos (orgs.). **Novos combates pela história: desafios – ensino**. São Paulo: Contexto, 2021.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo; DIAS, Francielly de Brites Costa. Verdade x mentira: a ameaça das fakenews nas eleições de 2018 no Brasil. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (41.: 2018 set. 02-09: Joiville, SC). **Anais** [recurso eletrônico]. São Paulo: Intercom, 2018.

RECUERO, Raquel. **#FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018**. Revista brasileira de linguística aplicada, v. 20, n. 3, p. 383-406, 2020.

ROSALES, Francisco. Ensaio: Pós-Verdade, uma nova forma da mentira. In: Revista UNO: **A Era da Pós-Verdade: Realidade Versus Percepção**. São Paulo, p. 49- 50, março, 2017

SANTOS, Emmanuely Castro dos. **Kit gay: letramento crítico para enfrentamento de fake news nas eleições de 2018**. Revista Philologus, Rio de Janeiro, v. 24, n. 72, Suplemento: Anais da XIII JNLFLP, p. 1043-1046, set./dez. 2018.

SANTOS, Igor; LEAL, Carolina Rispoli. **Fake news durante a eleição presidencial brasileira de 2018**. In: iCom. p. 54-87, 2020.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques; PETROLL, Martin de La Martiniere; ROCHA, Rudimar Antunes. **Fake News e o comportamento online dos eleitores nas redes sociais durante a Campanha Presidencial Brasileira de 2018**. Revista de Ciências da Administração, v. 25, n. 65, p. 1-16, 2023.

SZWAKO, José; RATTON, José Luiz (org.). **Dicionário dos negacionismos no Brasil**. Recife: Cepe, 2022.

TAVARES, Márcia et al. Fake News, hiper informação, desinformação, fetichismo e pandemia na web. **Anais XVI Colóquio Habermas e VII Colóquio de Filosofia da Informação Esfera Pública em Tempos de Internet**, p. 233, 2014.

ZARZALEJOS, José Antonio. **Ensaio: Pós-Verdade, uma nova forma da mentira**. In: Revista: Revista UNO: A Era da Pós-Verdade: Realidade Versus Percepção. São Paulo, p. 11-14, março, 2017.