

## **POPULISMO 5.0 E OS MECANISMOS DE DISSEMINAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO, CIBERVIOLENÇA E DISCURSO DE ÓDIO**

### *POPULISM 5.0 AND MECHANISMS OF DISSEMINATION OF MISINFORMATION, CYBERVIOLENCE AND HATE SPEECH*

*Carlos Diego Peixoto de Souza*<sup>1</sup>  
Universidade de Lisboa

*Carlos Frederico Vasconcellos Monteiro Rosa*<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Pernambuco

**RESUMO:** Este artigo teve como objetivo identificar a relação entre o populismo e os fenômenos da desinformação, da ciberviolência e do discurso de ódio. Inicialmente, apontamos a proposta do termo “populismo 5.0”, mostrando a evolução no uso de ferramentas tecnológicas para emprego de uma retórica populista já antiga. Demonstramos a relação do populismo com a desinformação e como o discurso populista se promove com velhas práticas como a criação de uma identidade de um inimigo comum da nação. Realizamos uma análise dos mecanismos de desinformação, dividindo-os em dois grupos: mecanismos de fragmentação da mídia e mecanismos de ampliação computacional. Mostramos que o populismo 5.0, em que pese

---

<sup>1</sup> Mestrando em Direitos Fundamentais pela Universidade de Lisboa. Bacharel em Direito pela Universidade Católica de Pernambuco. Pesquisador pelo programa Erasmus na Leibniz Universität Hannover. Presidente da RENOSP-LGBTI+ (Rede Nacional de Operadores de Segurança Pública -LGBTI+). Membro do Conselho Nacional dos Direitos das Pessoas LGBTQIA+. Membro da Comissão Permanente de Segurança Pública do Conselho Nacional de Direitos Humanos - CNDH/MDH. Pesquisador da liga acadêmica de Direito Digital, Sociedade e Tecnologia (Ligaddos) da FDR/UFPE. Pesquisador do Programa VIRTUS: Defesa Social, Segurança Pública e Direitos Humanos da UFPE. Professor de Cursos de Formação na Acides - Academia Integrada de Defesa Social – PE.

<sup>2</sup> Professor universitário e pesquisador do Moinho Jurídico (UFPE); doutorando em direito, mestre em direitos humanos e especialista em direito penal e processual penal. Associado Pleno do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, membro colaborador da Comissão de Segurança Pública da OAB-PE, membro da Red Latinoamericana de Sistemas Sociales y Complejidad da e da Rede Law & Social Systems.

utilize de velhas artimanhas comunicacionais, vale-se de novos mecanismos de desinformação que acarretam em uma fissão da comunicação no ambiente digital, os quais, embora mantenham todos conectados, proporcionam experiências customizadas que reverberam o pensamento do usuário, ampliando a sua radicalização e polarização, ao passo que criam um escudo ou bolha contra ideias diversas. Apresentamos, ainda, os mecanismos de engajamento artificial que dão falsa impressão ao indivíduo de que os conteúdos visualizados são largamente apoiados, proporcionando uma certeza baseada em uma falsa premissa de popularidade das ideias populistas. Por fim, narramos diversos casos de desinformação, discurso de ódio e ciberviolência que têm se espalhado mundo afora, criando um ambiente de incertezas sobre o que é verdade ou mentira, além de perpassar o mundo virtual e trazer consequências reais.

**Palavras-chave:** Populismo 5.0. Desinformação. Discurso de Ódio. Ciberviolência. Fragmentação da Comunicação. Ampliação Computacional.

**ABSTRACT:** *This article aimed to identify the relationship between populism and the phenomena of disinformation, cyberviolence and hate speech. Initially, we point to the proposal for the term “populism 5.0”, showing the evolution in the use of technological tools to employ an already old populist rhetoric. We demonstrate the relationship between populism and disinformation and how populist discourse is promoted with old practices such as creating an identity of a common enemy of the nation. We carried out an analysis of disinformation mechanisms, dividing them into two groups: media fragmentation mechanisms and computational amplification mechanisms. We show that populism 5.0, despite using old communication tricks, uses new disinformation mechanisms that result in a split in communication in the digital environment, which, although they keep everyone connected, provide customized experiences that reverberate the thinking of the user, increasing their radicalization and polarization, while creating a shield or bubble against different ideas. We also present the artificial engagement mechanisms that give the individual the false impression that the content viewed is widely supported, providing certainty based on a false premise of popularity of populist ideas. Finally, we narrate several cases of misinformation, hate speech and cyberviolence that have spread throughout the world, creating an environment of uncertainty about what is true or false, in addition to permeating the virtual world and bringing real consequences.*

**Keywords:** *Populism 5.0. Misinformation. Hate Speech. Cyberviolence. Media Fragmentation. Digital Astroturfing.*

## 1. INTRODUÇÃO

O controle das mídias, intermediárias da informação, com o potencial de alcançar as massas, sempre foi objeto de disputa. O poder hegemônico busca a gerência das informações como forma de controle, seja para manutenção do *status quo* – ou para derrubá-lo.

Assim, a manipulação da vontade humana é artifício empregado para perpetuação do poder daqueles que o disputam. Domar mentes e escravizar consciências faz parte do mecanismo de controle, de modo que manter uma sociedade do espetáculo<sup>3</sup> torna mais fácil a autoridade de poucos sobre muitos.

Não por acaso, muitos indivíduos, grupos e governos sempre almejavam o controle dos meios de comunicação, exatamente porque domínio das informações possibilita alçar o poder.

Ocorre que a mediação da informação se transformou, houve um deslocamento dos papéis na distribuição da informação. Hoje, os gerenciadores, produtores e receptores não ocupam lugares estáticos nessa relação; esses papéis estão dinamizados.

---

<sup>3</sup> A ideia de sociedade do espetáculo surge de uma teorização da dominação realizada pelos poderes constituídos socialmente que criam uma espetacularização da realidade, tornando o real apenas uma das partes de uma narrativa que, no todo, é falsa; assim, substitui-se o ser pelo ter, bem como se reforça a ideia de aparência como sendo a mais importante. No tocante aos meios de comunicação, podemos dizer que estes, enquanto manifestação mais visível do fenômeno da espetacularização, atuam como principal mediador dessa espetacularização, pois difundem as necessidades sociais criadas, cf. DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 4. ed., Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 186.

Em que pese a massificação da comunicação com o rádio<sup>4</sup> e a TV<sup>5</sup>, passando as ideias e opiniões a serem divulgadas em escala industrial, com o advento da internet e, mais intensamente, com as redes sociais no início dos anos 2000<sup>6</sup>, essa mutação das relações que mediam a informação propiciou uma ebulição de assuntos que passaram a ser tratados por atores diversos, pois todos agora atuam como criadores, replicadores e receptores das informações.

Essa desintermediação trazida pela internet mudou as necessidades dos consumidores das informações, que passaram a não precisar mais de um editor profissional para indicar o que se deveriam ou não ler<sup>7</sup>, mas a questão ainda suscitada é: será que realmente não existem mais intermediários na distribuição da informação?<sup>8</sup>

Ninguém mais duvida que a suposta descentralização do controle da informação, sonhada no início da internet, em que haveria o fim das elites controladoras da informação, passando para um mundo com nivelamento e transparência informacional, que, ao final, resultaria em uma redemocratização das sociedades<sup>9</sup>, deu lugar a uma realidade distópica. Hoje a afirmação de que

---

<sup>4</sup> Na década de 1920 se deu a popularização do rádio com a experiência norte-americana em comunidades rurais que passaram a ter acesso a conteúdos diversos, inclusive culturais, difundidos pela nova tecnologia da época. Para ver mais sobre, ler: STRAUBAHAAR, Joseph; LA ROSE, Robert. *Comunicação, mídia e tecnologia*. 1. ed., São Paulo: Cengage, 2004.

<sup>5</sup> A TV se popularizou com o fim da segunda guerra, mas isso se deu pelo seu uso alargado durante o evento bélico como forma de ajudar na defesa anti-aérea da população nos EUA que era advertida caso ocorresse um ataque. Para ver mais sobre, ler: SAMPAIO, Mario F. *História do rádio e da televisão no Brasil e no Mundo*. Rio de Janeiro: Editora Achiamé, 1984.

<sup>6</sup> O fenômeno das redes sociais, a partir da difusão do Orkut, em 2004, e do Facebook, em 2006, popularizou-se com maior intensidade.

<sup>7</sup> PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012, p. 56.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 57.

<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 6.

a internet é um “mercado de ideias”<sup>10</sup> e que todos nós podemos formar nossas consciências espontaneamente, tornou-se uma visão romantizada e ultrapassada.

O fato é que, se antes criticávamos a ágora antiga por vedar a participação de não cidadãos, hoje, nós, usuários de uma ágora digital, somos escravizados pelos vieses dos algoritmos que controlam as informações que consumimos<sup>11</sup>.

Nesse contexto de redesenho comunicacional de massa, vem atuado o populismo — enquanto forma de fazer política<sup>12</sup> — utilizando-se dos novos modelos de distribuição de ideias e o mesmo conteúdo retórico, agora trabalhado de forma especializada e automatizada no intento de controlar as sociedades.

Essa afetação à nossa liberdade cognitiva<sup>13</sup> é ocasionada pelo direcionamento, filtragem e impulsionamento artificial de ideias e informações. Passamos a ver um mundo artificializado, enxergamos aquilo que o algoritmo nos mostra.

Essa manipulação do real é intensificada pela indústria da desinformação que, especializada em falsificar as ideias, produz conteúdos “na

---

<sup>10</sup> MILL, John Stuart. *Sobre a Liberdade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

<sup>11</sup> Fala de: DINO, Flávio. Ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil, palestrante no XI Fórum Jurídico de Lisboa, Lisboa, 26 jun. 2023.

<sup>12</sup> LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

<sup>13</sup> Sobre a possibilidade de nossos cérebros serem *hackeados* e a existência de um direito fundamental à Liberdade Cognitiva, há interessante discussão travada por MARTINEZ, Joshua Emmanuel de Oliveira; DALLA CORTE, Thaís. Neurodireitos: os Direitos à Liberdade Cognitiva, à Identidade Pessoal, à privacidade mental e à Integridade Psicológica Perante a Neurotecnologia. *Anais do ENIC*, [s.l.], n. 13, 2021. Disponível em: <https://anaisonline.uems.br/index.php/enic/article/view/7936>. Acesso em: 1 ago. 2023.

medida” para a manipulação do público-alvo<sup>14</sup>, e isso tem colocado a democracia em risco, erodindo-a através do direcionamento da intenção e vontade da população e impactando no grau de criticidade e avaliação das pessoas sobre determinados assuntos<sup>15</sup>.

Entendemos que nada disso é realizado despropositadamente; existem organizações criminosas transnacionais<sup>16</sup> valendo-se de propagandear, estrategicamente, (des)informação para beneficiar determinados grupos políticos e ideológicos, comercializando verdadeiras armas de (des)informação automatizadas por meio de *bots* e ciborgues.

Temos ainda a desinformação produzida por indivíduos incentivados pela monetização que buscam divulgar o que agrada aos “seguidores”, sem qualquer compromisso com a responsabilidade editorial ou jornalística. Assim, apresentam conteúdos, muitas vezes, ofensivos e desinformantes, pois possuem compromisso apenas com a rentabilização por acessos e *likes*.

Há também personalidades, como políticos, jornalistas, artistas,

---

<sup>14</sup>Sobre a aparente liberdade de decidir e a manipulação ao qual somos expostos, é interessante ler: BENKLER, Yochoi. Siren Songs and Amish Children: Autonomy, Information, and Law. *New York University Law Review*, [s.l.], v. 76, n. 1, abr. 2001. Disponível em: <https://www.nyulawreview.org/issues/volume-76-number-1/siren-songs-and-amish-children-autonomy-information-and-law/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

<sup>15</sup>Ler FORNASIER, Mateus de Oliveira; CAMARGO, Gabrieli; CASSOL, Laís. *Mídias sociais e democracia: a influência das aplicações de inteligência artificial nas redes sociais e seu impacto no debate democrático*. Disponível em: <https://revistas.faculadadedamas.edu.br/index.php/relacoesinternacionais/article/view/1769>. Acessado em: 09 jan. 2024.

<sup>16</sup>LAJA, Rafaela. “Team Jorge”: tudo o que se sabe sobre o grupo de hackers israelitas suspeito de manipular mais de 30 eleições em todo o mundo. *CNN Portugal*, Lisboa, 15 fev. 2023. Disponível em: <https://cnnportugal.iol.pt/team-jorge/tal-hanan/team-jorge-tudo-o-que-se-sabe-sobre-o-grupo-de-hackers-israelitas-suspeito-de-manipular-mais-de-30-eleicoes-em-todo-o-mundo/20230215/63ec9e740cf2cf9224f91224>, acesso em: 3 mar. 2023.

empresários e atletas, que, utilizam-se de sua notoriedade no mundo real para, nas redes sociais, exercer influência, sendo difícil distingui-los da categoria dos *digital influencers*<sup>17</sup>, para igualmente disseminar desinformação.

Por fim, outro contribuinte da desinformação é a própria população, que é vítima e autora — simultaneamente — desse fenômeno, pois adere às informações falsas divulgadas pelas categorias anteriormente mencionadas e, sem a menor responsabilidade em tentar identificar sua veracidade, replica-as.

É nesse diapasão que surgem a ciberviolência e o discurso de ódio, muitas vezes acompanhados ou precedidos da desinformação sobre um grupo (ou indivíduo) que será alvo. O *modus operandi* se dá, em várias ocasiões, com o propagador inicial disparando frases e afirmações que podem ser consideradas como discurso de ódio e ciberviolência, mas, em outros casos, apenas plantando a desinformação para inflamar outros usuários e provocá-los a serem *haters*, em um movimento não linear, que se retroalimenta e se expande.

Esses fenômenos têm trazido risco às democracias, que frequentemente são fraudadas, por meio de um direcionamento da opinião pública através da distorção de informações. Não precisamos de muito esforço para lembrar como a desinformação nas redes sociais, nos serviços de troca de mensagem e em outros meios de divulgação digital contribuiu para conturbar

---

<sup>17</sup> Recente Lei Francesa pretende regular a atividade de digital influencer conforme matéria que pode ser consultada no *link* a seguir: SOARES, Matheus. França estabelece limites e princípios éticos para influenciadores. *Desinformante*, [s.l.], 13 jun. 2023. Disponível em: <https://desinformante.com.br/franca-lei-influenciadores>. Acesso em: 10 jul. 2023.

processos eleitorais no Brasil (2018)<sup>18</sup> e nos EUA (2016)<sup>19</sup>, além do Brexit no Reino Unido<sup>20</sup>.

Diante desse panorama, antes de apontar qualquer solução para os problemas de desinformação, discurso de ódio e ciberviolência (apesar de entendermos que as resoluções estão na pauta do dia), pretendemos, no presente artigo, abordar como o populismo, utilizando-se dessas novas ferramentas digitais, dá continuidade a sua comunicação enquanto ritual<sup>21</sup>, mas com a modernização de sua forma de ação.

Assim, podemos referir que o populismo 5.0<sup>22</sup> se utiliza da customização da experiência na internet para oferecer um direcionamento comunicacional nunca visto. Hoje a internet, acessada por vizinhos de porta ou até dentro da mesma casa por pais e filhos, é diferente para cada um dos

---

<sup>18</sup> A Organização dos Estados Americanos (OEA) reconheceu que, em 2018, o “uso de fake news nas eleições do Brasil [foi] ‘sem precedentes’”, tendo a maior parte das notícias falsas sido disseminadas na internet. Para mais, ler: MELLO, Daniel. Para OEA, difusão de notícias falsas no Brasil não tem precedentes. *Agência Brasil*, 25 out. 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-10/para-oea-difusao-de-noticias-falsas-no-brasil-nao-tem-precedentes>. Acesso em: 23 mar. 2023.

<sup>19</sup> Dados revelados pelo Facebook mostram que mais de 10 milhões de contas de usuários da rede social foram bombardeadas com anúncios financiados pelo governo russo durante as eleições americanas de 2016. Para mais, ver: CANO, Rosa Jiménez. Dez milhões de perfis no Facebook receberam propaganda paga pela Rússia durante as eleições dos EUA. *El País*, 3 out. 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/03/internacional/1507002663\\_253312.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/03/internacional/1507002663_253312.html). Acesso em: 12 abr. 2023.

<sup>20</sup> ESTEVES, Fernando. Como as *fake news* conduziram os britânicos à confusão do Brexit. *Polígrafo*, 15 jan. 2019. Disponível em <https://poligrafo.sapo.pt/uniao-europeia/artigos/como-as-fake-news-conduziram-os-britanicos-ao-chumbo-do-brexit>. Acesso em: 12 jan. 2023.

<sup>21</sup> CAREY, James W. *Comunicação como cultura: ensaios sobre mídia, tecnologia e sociedade*. Rio de Janeiro: Loyola, 2022, p. 16-17.

<sup>22</sup> Buscamos o termo “Populismo 5.0” na rede mundial de computadores e não encontramos qualquer referência, mas as justificativas para a criação dessa alcunha serão mais bem explicadas no capítulo seguinte.



usuários, pois há uma personalização que tem acarretado uma fragmentação da mídia, através de ferramentas disruptivas.

Soma-se a isso a amplitude normal que as informações ganham quando estão na rede mundial de computadores: se antes um jornal local no interior da Alemanha não seria lido por um morador do Brasil, hoje isso é completamente possível. Essa amplificação do que é disposto na internet está sendo artificialmente inflada com o uso de ferramentas digitais disruptivas, acarretando um fenômeno chamado *astroturfing digital*.

Logo, se ocupar de como funcionam essas ferramentas, quando utilizadas para propósitos populistas — aqui entendidos pela forma de fazer política, construindo uma narrativa do “nós contra eles” — é uma tarefa que provavelmente lançará luz sobre futuras soluções. Não se pode superar um problema sem antes conhecê-lo.

Para esse mister, metodologicamente nos valem de uma pesquisa bibliográfica, em livros e artigos, em suporte físico e digital, além de notícias jornalísticas e artigos de opinião, para que fosse possível condensar as ideias tratadas nesses escritos, de forma crítica e analítica, o que resultou em uma síntese aqui materializada.

## **2. POPULISMO 5.0**

O termo “populismo” não é novo, ao revés, vem sendo empregado há séculos. Apesar disso, uma grande questão no tocante a essa prática reside em conceituá-la, pois sua indefinição repousa, exatamente, sobre a tentativa do vocábulo de categorizar, através da análise política, uma diversidade de movimentos políticos, sendo em parte descritiva, em parte

normativa.<sup>23</sup>

A busca por conceituar e descrever o populismo, muitas vezes, chega a listar características e critérios que definem esse objeto teórico. Porém, mesmo com a diversidade de perspectivas sobre o tema, observa-se que há certa insuficiência para explicar um fenômeno tão complexo, uma vez que há experiências populistas que não se encaixam às características designadas para defini-las como tal.<sup>24</sup>

Assim, seria inútil o exercício de tentar identificar conteúdos universalizantes do populismo? Para Laclau, os experimentos de criar um conteúdo universal das bases sociais do populismo têm resultado na percepção de que esses movimentos “possuem bases sociais totalmente diferentes entre si”.<sup>25</sup> Outro ponto importante é o esvaziamento do termo “populismo”, frequentemente utilizado para desqualificar o opositor político, de forma pejorativa e sem qualquer rigor científico.

No Brasil, por exemplo, esse termo foi empregado para políticos dos mais diferentes espectros; para se ter ideia da vastidão ideológica, o período de 1946 a 1964, que antecedeu à ditadura militar no Brasil, foi nominado de “República Populista” pelos depositores no então golpe militar. Interessante observar que, nesse período, tivemos presidentes enquadrados como de direita, *verbi gratia* Jânio Quadros; e outros, considerados de esquerda, *v.g.* João Goulart.

Decerto, parte da doutrina afirma ser o populismo uma posição

---

<sup>23</sup> LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

<sup>24</sup> *Ibid*, p. 34.

<sup>25</sup> *Ibid*, p. 49.

ideológica fraca<sup>26</sup>, já outra filia-se à ideia de que se trata de uma forma de exercer a política<sup>27</sup>.

Para além da definição do termo, outro ponto intrigante encontra-se nas características do populismo, levando-nos à questão: o que o caracteriza de forma definitiva? Para Weber, o populismo é caracterizado pela relação carismática com o líder<sup>28</sup>. Para Laclau, as suas raízes estão na “formação de uma identidade coletiva”, resultado de uma “construção do povo contra seu inimigo”.<sup>29</sup>

Em Laclau, essa construção de identidade do povo dá-se por meio de demandas não atendidas, que, quando acumuladas, geram uma tensão, uma “negatividade antagônica” que entrincheira o espaço social em duas partes: de um lado, o povo; do outro, o bloco que detém o poder. Esse seria o ambiente perfeito para desenvolvimento da “lógica populista”<sup>30</sup>.

Essa segmentação (ou recorte) entre o povo e aqueles detêm o poder é variável de acordo com o tempo e espaço, sendo seus atores modificados a depender dessas duas variáveis indicadas. Na Europa Ocidental, podemos indicar um populismo antimigratório, antiliberal e Tradicionalista<sup>31</sup>, com partidos e grupos políticos, como o Chega, em

---

<sup>26</sup> MUDDE, Cas. *The Populist Zeitgeist*. Government and opposition, [s.l.], v. 39, n. 4, p. 541-563. DOI:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/government-and-opposition/article/populist-zeitgeist/2CD34F8B25C4FFF4F322316833DB94B7>. Acesso em: 10 jan. 2023, p. 544.

<sup>27</sup> LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

<sup>28</sup> WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1999, 2. v.

<sup>29</sup> Laclau, op. cit.

<sup>30</sup> Laclau, op. cit.

<sup>31</sup> Um dos maiores expoentes da nova direita europeia (*nouvelle droite*) é o filósofo francês Alain de Benoist, que lidera o GRECE (Groupe de Recherches et d'Études pour la Civilisation Européene) e baseia suas ideias num “direito à diferença”, construindo uma pseudocrítica ao

Portugal, o Rassemblement National, na França, o Alternative für Deutschland, na Alemanha, e o Fratelli d'Italia, na Itália.

Na América do Sul, existiram (e ainda existem) diversos governos populistas de esquerda que se posicionam contrários ao imperialismo norte-americano; e, de direita, que combatiam uma suposta ameaça comunista, mas que, com a nova *alt-right*, filiaram-se numa batalha contra uma *dominação cultural da esquerda*.

Nesse quadro múltiplo de teorizações sobre o que seria o populismo, filiar-nos-emos à ideia que concebe o populismo enquanto uma forma de exercer a política, exatamente pela variedade de ideologias que se apoiam nesse modo de fazer, que, apesar de diverso, possui ao menos uma característica que está presente em praticamente todos os estudos sobre o tema: a construção do “nós contra eles”<sup>32</sup>.

Assim observamos que a forma da retórica populista não mudou, apenas utiliza-se agora de “vestes” novas, forjadas por *bytes* e algoritmos; nesse quadro é que surge o populismo 5.0. Mas o que seria exatamente esse fenômeno? Se hoje falamos de populismo 5.0, então podemos dizer que existiu o 4.0?

De início, advertimos que o termo “populismo 5.0”, apesar de

---

fascismo racista e nacionalista, mas que não passa de uma retórica eufemista do mesmo racismo. Para ler mais sobre as teorias de Benoist, ver: BENOIST, Alain; CHAMPETIER, Charles. Manifesto for a European Renaissance. Londres: Arktos: 2012, p. 32. Sobre críticas às mesmas teorias, ler: VASCONCELOS, Francisco Thiago Rocha. Alain de Benoist e a Nova Direita Europeia: gramscismo de direita, revolução conservadora e fascismo cultural. *Princípios*, [s.l.], v. 41, n. 163, p. 208 - 239, 7 Disponível em: <https://revistaprincipios.emnuvens.com.br/principios/article/view/155>. Acesso em: 12 ago. 2023.

<sup>32</sup> Isso é apontado em: Laclau, 2013, p. 166; e em: MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. *Populism: a very short introduction*. Oxford: Oxford Press University, 2017, p. 7.

ter sido pesquisado, não foi encontrado referido em outras obras, razão pela qual estamos utilizando o termo concebido de forma inédita e, por isso, explicaremos a razão de tê-lo criado.

Ao buscar no site de busca do Google o termo "populismo 4.0", no dia 20 de julho de 2023, encontramos menções ao vocábulo em alguns artigos de opinião e reportagens editoriais que abordavam o fenômeno do discurso de ódio das redes sociais e como a lógica do antagonismo entre grupos é utilizada para inflar esses sentimentos de oposição.

Encontramos também o termo “populismo 4.0” acompanhado de interrogação (“populismo 4.0?”), referenciando que a prática contínua a dinâmica de eleger um grupo ou indivíduo como inimigo, a lógica do “nós contra eles”, nada teria de novo, mas a novidade estaria no uso das novas tecnologias<sup>33</sup>.

Diante disso, a ideia de “populismo 5.0” que trazemos neste trabalho continua na trilha do que se entende por “populismo 4.0” como forma de exercício do populismo, com a antiga retórica, mas com a utilização das tecnologias atuais, como as redes sociais. Só que diferentemente da ideia encartada no “populismo 4.0”, o uso do “populismo 5.0” se alicerça exatamente na modificação da experiência das pessoas com a tecnologia, melhor referindo: estamos numa fase de customização e personalização da experiência na internet — isso não é novo — mas o uso disso como instrumento pelos populistas é.

---

<sup>33</sup> FERNANDES, Rafael Esteves. Populismo e Política 4.0: um esboço analítico. *SOMANLU: Revista de Estudos Amazônicos – UFAM*, [s.l.], v. 19, n. 2, p. 32-43, 2019. Disponível em: <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/somanlu/article/view/6862>. Acesso em: 20 jul. 2023, p. 34.

A utilização das redes sociais pelos políticos como instrumento para disseminar a retórica populista não é algo novo, mas o uso coordenado desses instrumentos, com a utilização de tecnologias disruptivas, tanto resultam numa amplificação computacional como na fragmentação da mídia, e isso tem sido percebido com mais intensidade nos últimos cinco, seis anos.

Assim, o fenômeno do “novo” populismo se apresentou pelo uso das novas tecnologias, o que justificaria o termo “populismo 4.0” na trilha da “internet 4.0”<sup>34</sup> como uma automação dos processos, ampliação do alcance e imediatismo do acesso, também experienciado na intermediação da comunicação.

Mas, no momento atual, podemos enxergar um incremento da eficiência da circulação das ideias populistas. Há no “populismo 5.0” uma customização da experiência individual dos usuários, em que a internet 5.0 passou a filtrar (fragmentação) e inflar (amplificação) informações de acordo com o perfil de cada indivíduo. E não só isso: a tecnologia já passa a ler nossos sentimentos, direcionando os conteúdos que serão indicados de acordo com o nosso “estado de espírito”<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> O conceito de Internet 4.0 surge a partir da nomeação de estágios evolutivos das tecnologias empregadas e do modelo de interação com usuário. A Internet 1.0 se caracterizava por uma experiência mais estática, se assemelhando às páginas impressas; na Internet 2.0, houve uma evolução na apresentação do conteúdo disponibilizado na rede, tendo os *sites* ficado mais atrativos visualmente, além de surgir a possibilidade de interação do usuário com o conteúdo a partir de caixas de comentários; com a Internet 3.0, surge a automação e a internet das coisas (IOT); já na Internet 4.0, há uma maior interação da tecnologia com os usuários, ocorrendo uma customização da experiência para cada indivíduo, além do desenvolvimento da Inteligência Artificial (IA) e da Inteligência de dados realizada por algoritmos.

<sup>35</sup> Estudo publicado pela revista *IEEE Transactions on Affective Computing* analisou a interação de seres humanos e IA a partir da análise de sinais fisiológicos colhidas nas 2.468 interações observadas. Na referida pesquisa, foi levado em consideração sinais como: fala, tom de voz, expressão facial, postura com potencial elétrico da pele. Para saber mais, ver a pesquisa completa: KATADA, Shun; OKADA, Shogo; KOMATANI, Kazunori. Effects of

Controlar instrumentos e processos que sejam capazes de entregar a informação na hora certa, direcionando o discurso do “nós contra eles” de forma específica para pessoas que são (ou estão) propensas a internalizar essa ideia, somado à privação dos mesmos indivíduos de ter contato com ideias opostas, é o “novíssimo” populismo, agora “populismo 5.0”, daí a razão de termos cunhado esse termo.

Se antes o discurso populista podia ser amplificado pelas redes sociais, alcançando um maior número de seguidores de uma determinada *page*, de forma instantânea, logo após o *upload* da última atualização do *feed*, hoje a entrega da informação se aperfeiçoou, e muitas daquelas que disseminam desinformação estão se aproveitando desses novos recursos com propósitos populistas

Como dito, a personalização não reside apenas na escolha das páginas do Facebook que alguém segue ou nos amigos escolhidos para seguir no Instagram; a customização da experiência na internet alcançou um nível em que não existe mais uma única internet, mas uma internet para cada usuário.

Hoje, os propagandistas especializados em disseminar populismo compram nossos dados – até os mais sensíveis –, como nossas preferências políticas e de consumo, capturados pelas redes sociais (de acordo com as páginas que seguimos e conteúdo que curtimos) ou pelos motores de busca (a partir do que pesquisamos), e, em posse dessas informações, mandam-nos propaganda direcionada.

Não é como receber uma atualização de uma página que você segue — como era antes no “populismo 4.0” —, agora, é colocada uma *flag* que nos segue onde quer que “caminhemos” pela internet. Assim, somos bombardeados por propagandas em basicamente todos os *sites* que visitamos, de acordo com o que o algoritmo entende que é nossa preferência. Isso transbordou as redes sociais e tem, cada vez mais, sido compartilhado entre as diversas empresas no espaço virtual.

Então, podemos afirmar que o “populismo 5.0” é uma realidade, e entender como ele se utiliza da internet 5.0 será primordial para combater a desinformação, o discurso de ódio e a ciberviolência que os discursos populistas podem gerar.

## **2.1 Populismo e a construção da identidade coletiva e do inimigo comum**

Se há algo que sempre despertou fascínio na humanidade foi saber das histórias (ou histórias) alheias; o conhecimento do destino de outrem, fosse real ou ficto, sempre trouxe interesse aos indivíduos.

Graças a esse interesse pela vida do outro, há autores que atribuem aos romances epistolares do séc. XVIII a difusão da ideia de empatia, mesmo entre os que estavam dentro dos grupos comumente privilegiados, que passaram a ficar interessados pelos destinos de jovens mulheres indefesas, solidarizando-se com as narrativas de sofrimento<sup>36</sup>; por outro lado, também é

---

<sup>36</sup> Explica Hunt (2007, p. 33) que a empatia sempre foi uma capacidade humana, mas que antes as pessoas costumavam sentir empatia apenas por aqueles que lhe eram próximos, mas os leitores do séc. XVIII, a partir dos romances epistolares, aprenderam a se identificar com



possível observar que a humanidade apresenta um lado de consumidor sádico<sup>37</sup>, ao passo que, acostumou-se com o absurdo<sup>38</sup>, algo nomeado por Hannah Arendt como “banalização do mal”<sup>39</sup>.

Parece-nos não haver dúvida de que entender as motivações pessoais importa para compreender porque determinados conteúdos despertam maior interesses que outros, contudo, conhecer o que está por trás da produção da informação é igualmente primordial; não podemos olvidar que não há neutralidade quando se fala em comunicar, pois a própria escolha do que será noticiado já é uma prova de não neutralidade.

Mas e se formos ainda mais adiante? Em vez de pensarmos sobre as razões do destinatário ou as motivações do editor ou escritor, buscassemos entender quais os conflitos subliminares no que é noticiado, veríamos que há uma toada ritualística na arquitetura da comunicação. Como advertiu James W. Carey: a comunicação não pode ser entendida como mera troca de informações, mas sim drama<sup>40</sup>.

---

personagens que eram muito distantes das realidades dos leitores. Para ler mais sobre, ver: HUNT, Lynn. *A invenção dos direitos humanos: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

<sup>37</sup> Fala da autora Danah Boyd (*apud* Pariser, 2012, p. 16) num discurso da Expo Web 2.0 em 2009: “Nossos corpos estão programados para consumir gorduras e açúcares porque estes são raros na natureza. (...) Da mesma forma, somos programados biologicamente para estar atentos às coisas que nos estimulam: qualquer conteúdo grosseiro, violento ou sexual, e fofocas humilhantes, vergonhosas ou ofensivas. Se não tivermos cuidado, vamos acabar contraindo o equivalente psicológico da obesidade. Vamos acabar consumindo um conteúdo nada benéfico para nós mesmos e para a sociedade como um todo”.

<sup>38</sup> Pariser, 2012, p. 19.

<sup>39</sup> O termo “banalidade do mal” foi descrito pela filósofa Hannah Arendt (2013, p. 172) a partir de sua experiência ao assistir ao julgamento de Adolf Eichmann, funcionário nazista capturado e levado para julgamento no Tribunal de Nuremberg. Para ler mais sobre, ver: ARENDT, Hannah. *Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

<sup>40</sup> Carey, 2022, p. 16-17.

Uma notícia sobre refugiados pode interessar tanto às pessoas que apoiam políticas de acolhimento quanto a indivíduos que são anti-imigração, e os motivos para a busca da informação podem se dar por empatia (no primeiro grupo) ou medo (no segundo caso). A mesma manchete pode ter sido escrita por um jornalista com aspirações nacionalistas ou por um escritor com viés mais humanista, o que provavelmente ocasionará resultados distintos, pois as intenções de convencimento ao escrever serão diferentes.

Mas, independentemente de quem seja o destinatário ou de quem esteja escrevendo, ou das motivações desses, a comunicação terá uma ritualística, como uma cerimônia feita para despertar sentimentos, a intenção não é apenas informar, mas conduzir o leitor/espectador/ouvinte a sentimentos como: raiva ou amor. E é dessa ritualística que a desinformação se apodera, utilizando-a como uma ferramenta de manipulação de comportamentos.

A utilização da comunicação como instrumento de controle de mentes, já dissemos, não é algo novo. Desenvolver um sentimento de pertencimento a um grupo, na mesma medida em que propaga raiva e medo em relação às pessoas consideradas oponentes é uma fórmula largamente utilizada na história, sobretudo por populistas, ditadores e governantes autoritários.

O medo é fomentado pelo processo de desumanização do suposto inimigo, sob a perspectiva do “nós contra eles”, difundida pela ideia de que trata-se de monstros ou seres asquerosos como vermes, ratos, baratas,

fez com que soldados conseguissem matar seus adversários nas guerras, aumentando a “eficiência” no combate<sup>41</sup>, pois deles eram retirada a empatia.

Durante a Segunda Guerra Mundial, Joseph Goebbels, ministro da propaganda nazista, entre 1943 e 1945, utilizou o drama na comunicação como forma de disseminar a desinformação, valendo-se de forte apelo ao nacionalismo alemão, ao passo que criava o ideário de que a população estava sendo roubada pelos judeus<sup>42</sup>. O filme *Der Ewige Jude*<sup>43</sup>, dirigido por Fritz Hippler<sup>44</sup>, por exemplo, foi distribuído como documentário pelo governo nazista para a população alemã, retratando os judeus de forma estereotipada, distorcida e preconceituosa.

Dessa forma, nota-se que a desinformação pode ser usada como “arma”, criando uma visão deturpada, que causa aversão e discriminação contra grupos minoritários e opositores políticos, servindo igualmente para despertar um sentimento de pertencimento, de união e de defesa de costumes e valores, com um extremo nacionalismo.

---

<sup>41</sup> “Frequentemente, nega-se o caráter humano do inimigo apelidando de nomes como ratos, baratas ou verme (...) matar torna-se muito mais fácil quando a vítima parece inequivocamente diferente de quem executa o ato” (Grossman, 2008, p. 218).

<sup>42</sup> Filme “Der Ewige Jude”, ou “O Eterno Judeu” em tradução para o português, dirigido por Fritz Hippler (cineasta alemão, diretor do departamento de cinema do Ministério da Propaganda Alemão durante o governo nazista), uma película repleta de ideias preconceituosas e estereotipadas sobre a população judia que habitava na Polônia durante a segunda guerra mundial, foi encomendada pelo governo nazista e veiculada como documentário para a população alemã.

<sup>43</sup> Fritz Hippler foi um cineasta alemão que dirigia o departamento de cinema do Ministério da Propaganda Alemão, durante o governo nazista.

<sup>44</sup> O filme “Der Ewige Jude”, ou “O Eterno Judeu” em tradução para o português, é uma película repleta de ideias preconceituosas e estereotipadas sobre a população judia que habitava na Polônia durante a segunda guerra mundial, foi encomendada pelo governo nazista e veiculada como documentário para a população alemã.

<sup>45</sup> Fritz Hippler foi um cineasta alemão que dirigia o departamento de cinema do Ministério da Propaganda Alemão, durante o governo nazista.

Essa fórmula, quando empregada como estratégia política, distorce a visão do Eu sobre o Outro<sup>45</sup>, reproduzindo o modelo supremacista que desumanização, tornando o Outro — dentro do discurso populista — inumano e, dessa forma, facilitando o convencimento do indivíduo a odiar, e até mesmo eliminar, outras pessoas.

Infelizmente, exemplos do uso dessa retórica perniciosa não faltam na história: no *Sboab*<sup>46</sup>, seis milhões de judeus foram levados à *solução final* após serem reduzidos à figura desumanizada de ratos; no genocídio em Ruanda, os hutus matavam os tutsis e chamavam-nos de baratas<sup>47</sup>.

A desumanização do Outro pode ser vista, então, como um processo comunicacional ritualizado, instrumentalizado pelos propagandistas — muitas vezes com desinformação e discurso de ódio — como forma de convencer a população, dominando suas mentes, permitindo que se possa abstrair a humanidade de grupos ou indivíduos num *delírio*<sup>48</sup> que consinta atrocidades inimagináveis, como a eliminação do *inimigo da nação*.

---

<sup>45</sup> O filósofo judeu lituano francês Emmanuel Levinas foi vítima do holocausto, tendo sido prisioneiro em um campo de trabalhos forçados, a partir da ruptura com seu mestre, Martin Heidegger, em virtude do envolvimento deste último com o nazismo, surgiu seu pensamento sobre Alteridade, sintetizado em sua obra “Totalidade e Infinito”, em que tenta reconstruir a subjetividade humana, mudando o foco do sujeito autônomo e livre para um homem relacional, em que há uma subjetividade ética na relação com o Outro. Produz Levinas esta relação (Alteridade) do homem (Mesmo) com homem (Outro), através do reconhecimento da Exterioridade do Outro em relação ao Mesmo por meio da ideia do Infinito desenvolvida por René Descartes em seu livro “Meditações sobre a filosofia primeira”, com o escopo de romper com a ideia de Totalidade. Para ler mais sobre, ver: LEVINAS, Emmanuel. *Totalidade e infinito*. Tradução de José Pinto Ribeiro. Lisboa: Edições 70, 1980.

<sup>46</sup> Palavra hebraica que significa, literalmente, "destruição, ruína, catástrofe", é empregada como sinônimo do Holocausto sofrido pelo povo judeu durante a segunda guerra mundial.

<sup>47</sup> A escritora Scholastique Mukasonga, da etnia tutsi, escreve sobre a tragédia do genocídio em Ruanda. Para ler mais sobre, ver: MUKASONGA, Scholastique. *Baratas*. São Paulo: Editora Nós, 2018, p. 35.

<sup>48</sup> DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 2010, p. 144.

Essa retórica populista nada racionalizada, mas extremamente emocional, é caracterizada por uma linguagem empobrecida e simplista, não permitindo a ampliação do pensamento complexo ou crítico<sup>49</sup>; pelo contrário, muitas vezes apoiada em ideias preconcebidas, em convenções internalizadas — às vezes, de forma latente — nas sociedades, os indivíduos são utilizados como replicadores desse ideário pernicioso circulante, são “papagaios” que repetem discursos de ódio, mas que dificilmente foram seus originadores<sup>50</sup>.

Nesse ponto, interessante observar, mais uma vez, que o caráter ritualístico da comunicação se faz presente, exatamente quando pensamos na potência das palavras, que não está no vocábulo, mas na história por trás daquela palavra, na construção social que levou determinado termo a ser alçado como insultuoso ou honroso.

Assim, podemos perceber que a retórica populista, aproveitando-se da ritualística presente na comunicação, fazendo circular termos e palavras que rememoram determinadas ideias e preconceitos, reforçando-os, para despertar nos indivíduos concepções negativas sobre inimigos comuns e sentimentos de pertencimento. Assim, pregar uma identidade coletiva resulta numa sociedade pouco crítica, apenas replicadora de distorções deliberadamente plantadas, uma sociedade que pouco — ou nada — pensa e reflete: (des)informada.

---

<sup>49</sup> ECO, Humberto. *O Fascismo eterno*. Rio de Janeiro: Record, 2018, p. 55.

<sup>50</sup> Butler (2021, p. 61) adverte sobre a necessidade de se diferenciar o caráter citacional do discurso de ódio, pois o falante, em geral, não é o criador da fala discriminatória, mas apenas replicador de uma ideia circulante na sociedade. Essa diferenciação entre criar e replicar não surge com a intenção de eximir o falante da responsabilidade, mas para problematizar o esforço jurídico em criminalizar o discurso injurioso isolando o falante, sem entender que o falado é apenas uma replicação. Para ler mais, ver: BUTLER, Judith. *Discurso de ódio: uma política do performativo*. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

## 2.2 Populismo e a sociedade da desinformação

Se procurarmos o significado de “informar” nos dicionários, encontraremos explicações como: “fazer saber” e “dar conhecimento”. Não se menciona nos significados a necessidade de a informação ser verdadeira, mas ninguém duvida haver no ideário comum a suposição de que quem pretende informar o faz com fatos verdadeiros, ou que supõe que sejam verídicos.

Por óbvio, há exceções à pressuposição de verdade, a exemplo das notícias humorísticas, que podem distorcer — ou exagerar — os fatos com a intenção de entreter. Existe, nesses casos, uma “licença para mentir” que não pode ser confundida com enganar deliberadamente<sup>51</sup>.

A discussão sobre notícias falsas inadvertidamente produzidas para serem enganadoras foi inicialmente pautada pelo termo *fake news*, que ainda é largamente utilizado pela mídia, porém impreciso e aquém do fenômeno da desinformação, que vai além das notícias falsas, bem como com essas não se confunde.

Ainda sobre a desinformação, há interessante relatório realizado, em 2018, por peritos da União Europeia, que definiu o termo em questão como:

... informações falsas, inexatas ou deturpadas concebidas,

---

<sup>51</sup> Há, inclusive, precedentes do Tribunal Europeu de Direitos Humanos que fazem essa distinção. Ver os seguintes precedentes: *Vereinigung Bildender Künstler v. Austria*, n°. 68354/01; *Alves da Silva v. Portugal*, n°. 41665/07; e *Welsh e Silva Canha v. Portugal*, n°. 16812/11.

apresentadas e promovidas para obter lucro ou para causar um prejuízo público intencional. Este cenário pode colocar em risco os processos e os valores democráticos e pode visar especificamente uma grande variedade de setores, tais como a saúde, a ciência, a educação e a finança...<sup>52</sup>

Porém, quando pensamos sobre a (des)informação circulante atualmente, percebemos que a realidade é bem distinta da credibilidade que se é esperada.

Para se ter ideia do potencial da desinformação, recente pesquisa realizada pela Poynter Institute, nos meses de junho e julho de 2022, indicou que 44% dos 1.213 brasileiros perguntados disseram ter recepcionado conteúdos falsos pela internet todos os dias; já dos 1.342 britânicos ouvidos, 46% mencionaram que receberam *fake news* diariamente pela rede mundial de computadores, 47% dos 1.998 estadunidenses entrevistados afirmaram que cotidianamente receberam desinformação *on-line*, e 52% dos 1.160 nigerianos questionados disseram que receberam informações não verídicas no ambiente virtual. Ao final, de todos os entrevistados nos países que participaram da pesquisa, incluindo outros que não foram aqui mencionados, 31% afirmaram que a desinformação é responsável pela polarização política, e 32% indicaram que as notícias enganosas afetam a confiança nos governos.<sup>53</sup>

Mas a desinformação não está presente apenas no campo da

---

<sup>52</sup> European Commission. A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High-level Group on fake news and online disinformation. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2018, p. 10.

<sup>53</sup> A GLOBAL Study on information literacy: understanding generational behaviors and concerns around false and misleading information online. *Poynter Institute for Media Studies*, [s.l.], ago. 2022. Disponível em: <https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2022/08/A-Global-Study-on-Information-Literacy-1.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2023.

política. Várias pautas são distorcidas pela desinformação, como a preocupação com o efeito estufa e problemas climáticos<sup>54</sup>, discurso de ódio contra pessoas assassinadas como forma de descredibilizar as razões que levaram ao homicídio<sup>55</sup>, em desfavor do direito de grupos vulnerabilizados<sup>56</sup> ou até mesmo atentatórias à saúde pública<sup>57</sup>.

Esse quadro de massiva disseminação de informações mentirosas<sup>58</sup> e prejudiciais sobre os mais diversos assuntos tem nos tornado uma sociedade da desinformação<sup>59</sup>, visto que chegamos ao ponto de que grande parte da população não possui criticidade para distinguir entre o real e o falso, pois está envolta por apelos irracionais e emotivos<sup>60</sup>.

Se pensássemos numa solução ideal para esse problema, muito provavelmente nos ocorreria que, se os indivíduos, em geral, detivessem

---

<sup>54</sup> DESINFORMAÇÃO sobre alterações climáticas leva população a duvidar da ciência. *Diário de notícias*, [s.l.], 27 jul. 2022. Disponível em: <https://www.dn.pt/internacional/desinformacao-sobre-alteracoes-climaticas-leva-populacao-a-duvidar-da-ciencia-15049842.html>. Acesso em: 5 mar. 2023.

<sup>55</sup> NÓBREGA, Liz. “Desinformação é massiva e imediata”, diz Flávio Dino sobre o caso Marielle. *Desinformante*, [s.l.], 24 jul. 2023. Disponível em: <https://desinformante.com.br/marielle-desinformacao-dino/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

<sup>56</sup> No artigo “Da irrealidade dos dados estatísticos oficiais sobre casos de LGBTIfobia no estado de Pernambuco” é abordado um panorama narrativo-cronológico da campanha desinformante sobre pautas LGBTQIA+ perpetrada nas eleições de 2018 no Brasil. Para ler mais sobre, ver: SOUZA, Carlos Diego Peixoto. Da irrealidade dos dados estatísticos oficiais sobre casos de LGTBIfobia no estado de Pernambuco. In: SAYÃO, Sandro Cozza; ACIOLY, Dimitri. [org.]. *Defesa Social, Segurança Pública e Direitos Humanos*: Programa Virtus em artigos selecionados. Recife: Editora da UFPE, 2023. p. 44-52.

<sup>57</sup> MEDIDAS da UE para combater a desinformação sobre a COVID-19. *Conselho da União Europeia*, [s.l.], 6 jul. 2021. Disponível em: <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/coronavirus/fighting-disinformation/>. Acesso em: 1 mar. 2023.

<sup>58</sup> HARARI, Yuval Noah. *21 lições para o século 21*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018, p. 236.

<sup>59</sup> FRANCISCO, Severino. *Sociedade da desinformação*. Unesco, 2004.

<sup>60</sup> KAKUTANI, Michiko. *A morte da verdade*: notas sobre a mentira na era Trump. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2018, p. 81.



criticidade suficiente para que pudessem discernir o que é desinformante, não teríamos números tão alarmantes de desinformação, mas a realidade nos mostra que, diante dos níveis abissais de desigualdade social e econômica, além do fato de que os conteúdos desinformadores são pensados para manipular, adotando-se narrativas e tecnologias bem convincentes e direcionadas, como um viés de confirmação<sup>61</sup>. Assim, encontramos-nos num quadro de cooptação dos usuários que estão fadados a serem seduzidos pelos discursos sedutores da desinformação.<sup>62</sup>

Essa fabricação orquestrada do conteúdo enganador vai além do falso, já que as notícias desinformadoras podem ter conteúdos verdadeiros, mas que são descontextualizados ou pós-datados. Assim, hoje não há só a simples falsidade, mas uma era da pós-verdade, e o discurso populista é um dos grandes responsáveis por esse estado de desinformação, sendo um grande risco à democracia<sup>63</sup> dos países.

---

<sup>61</sup> O viés de confirmação ocorre quando um indivíduo procura e usa as informações para apoiar suas próprias ideias ou crenças. Isso também significa que as informações que não apoiarem suas ideias ou crenças são desconsideradas. O viés de confirmação geralmente ocorre quando queremos que certas ideias sejam verdadeiras. Isso leva as pessoas a pararem de coletar informações quando as evidências encontradas confirmam seus próprios pontos de vista, o que pode levar a ideias preconcebidas que não são baseadas na razão ou no conhecimento real. Os indivíduos então selecionam partes da informação que confirmam seus conceitos prévios. Disponível em: <https://oxfordbrazilebm.com/index.php/vies-de-confirmacao/#:~:text=O%20vi%C3%A9s%20de%20confirma%C3%A7%C3%A3o%20ocorre,que%20certas%20ideias%20sejam%20verdadeiras>. Acessado em: 09 mar. 2024.

<sup>62</sup> SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa de Bittencourt. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “fake news” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. *Revista Estudos Institucionais*, v. 6, n. 2, p. 534-578, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/522>. Acesso em: 12 jan. 2023.

<sup>63</sup> Ler PIRES, Matheus Conde; BEÇAK, Rubens. Populismo: inimigo ou possibilidade dos direitos humanos? Disponível em: <https://revistas.faculdaadedamas.edu.br/index.php/relacoesinternacionais/article/view/2646>. Acessado em: 13 fev. 2024.

Para se ter ideia do alcance da desinformação e do risco que esta causa às democracias, recente pesquisa publicada no site European Union, com cidadãos europeus, mostrou que 83% dos entrevistados acreditam que esse fenômeno pode ser encarado como um risco à democracia<sup>64</sup>. Outra pesquisa realizada pela Universidade de Columbia e pelo Instituto Francês de Pesquisa em Informática e Automação apontou que 59% dos *links* compartilhados nas mídias sociais sequer são abertos, sendo apenas compartilhados<sup>65</sup>.

Esse fenômeno da desinformação se aproveita de ferramentas tecnológicas, disseminando, além de informações falsas e deletéria, discursos de ódio e ciberviolência e se utiliza da desordem da informação no ambiente virtual, que pode ser separada em dois grupos: mecanismos de fragmentação da comunicação e de amplificação computacional.

### **3. Desordem da informação no ambiente virtual: mecanismos de fragmentação da comunicação e amplificação computacional**

Se pararmos para pensar no volume de informações que nos chega pela internet, iremos perceber que seria impossível vermos tudo que está no *feed* do Instagram e do Facebook, conferirmos todos os *e-mails* que nos são

---

<sup>64</sup> European Commission. Fake News and disinformation online. *European union*, [s.l.], 2018. Disponível em <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>. Acesso em: 12 jan. 2023.

<sup>65</sup> GABIELKOV, Maksym; RAMACHANDRAN, Arthi; CHANTREAU, Augustin; LEGOUT, Arnaud. Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter? *ACM SIGMETRICS / IFIP Performance*, [s.l.], 2016. Disponível em: <https://inria.hal.science/hal-01281190>. Acesso em: 22 abr. 2023, p. 8.

enviados, lermos todas as notícias e informações postadas em *blogs* e outras fontes de mídia digital que seguimos ou assinamos; vivemos num colapso de atenção<sup>66</sup>, de maneira<sup>67</sup> que quem detiver o poder da relevância<sup>67</sup> se manterá no mercado.

Se não conseguimos — pois é humanamente impossível — ver tudo que nos é despejado pela tela do computador, não seria uma má ideia termos um *conciierge* que filtrasse dentro daquele conjunto de informações aquelas mais relevantes de acordo com as nossas preferências, isso foi há muito percebido pelas empresas da Silicon Valley. Mas o que veio a se tornar os *gatekeepers* das informações que nos são enviadas?

Hoje, como todos sabem, há algoritmos que vão “aprendendo” com nossas escolhas e com os dados que recebem de nós, usuários, assim, quanto mais dados os algoritmos detiverem, mais precisa será a personalização na escolha do que nos é mostrado na internet.

Ocorre que essa filtragem não se resume apenas ao que gostaríamos de ler ou ver, mas também ao que se pressupõe que gostaríamos de consumir e comprar, como, por exemplo, se pretendemos viajar e buscamos um destino, ou queremos adquirir um carro novo e pesquisamos marcas e modelos, nossos dados são colhidos não apenas para um perfilamento pretense para filtrar o que enxergamos, mas para nos colocar diante de uma “publicidade direcionada, altamente relevante”<sup>68</sup>.

Nesse quadro, pouco importa se você está no Google, que

---

<sup>66</sup> Conforme Pariser (2012, p.13), o termo “colapso da atenção” foi cunhado pelo analista de mídia Steve Rubel.

<sup>67</sup> Pariser, 2012, p. 25.

<sup>68</sup> Ibid, p. 39.

promete te ajudar nas buscas, ou no Instagram, que te conecta aos teus amigos; a principal fonte de lucro das *big techs* é a colheita dos dados para um posterior oferecimento a empresas que irão mostrar uma publicidade personalizada e direcionada.

Não é difícil entender por que isso acontece — e tem dado muito certo, para as empresas, é claro —, uma vez que quanto maior o acervo de dados sobre o usuário, maior a facilidade de se vender, pois poderá a empresa oferecer algo que você deseja no momento que você pretende adquirir.

O uso da informação enquanto negócio não é novo, na verdade, os veículos de comunicação em geral, como jornais televisionados e em papel, sempre foram rentabilizados pelo serviço de fornecer informações. Mas, então, o que haveria de novo com a veiculação de informação nos meios digitais?

Podemos apontar dois fatores que são grandes diferenciais: primeiro, na internet, como já referido, o direcionamento da notícia é customizado por indivíduo: se antes poderia haver alguma espécie de segmentação por interesses, como uma revista especializada em moda que entregasse propaganda de grifes, com a internet o oferecimento é unipessoal; depois, cada clique que damos ou cada segundo a mais que passamos visualizando uma postagem é um dado para que o algoritmo entenda o que desperta nosso interesse. Essa colheita de dados tem sido um processo contínuo e extremamente eficiente, pois, automaticamente após o acesso ao dado, já é gerada uma publicidade direcionada.

Ao fim do dia, o que de fato importa é que nosso comportamento na rede mundial de computadores está se transformado em dados e sendo comercializado para que empresas possam ao fim nos

oferecer propaganda direcionada, passamos a ser mercadoria de um sistema que se dedica a captar e tratar os nossos dados pessoais<sup>69</sup>. A questão é que a situação piora quando passamos a entender como esse processo que seria apenas de “cunho comercial” passa a ser instrumento da desinformação, ciberviolência e do discurso de ódio.

Com a customização da nossa experiência *on-line*, proporcionada pelo algoritmo através do acúmulo de dados, os conteúdos a que temos acesso têm sido filtrados, e não são só propagandas de bens de consumo triviais, mas até de conteúdos sobre política e demais assuntos. A filtragem na comunicação *on-line*, inclusive, é tema externado por Eli Pariser, ao explicar que uma personalização excessiva da experiência na internet poderia impedir que nos deparássemos com ideias contrárias que seriam capazes de destruir preconceitos<sup>70</sup>.

Essa customização da experiência do usuário na internet, em que os algoritmos interpretam, através da análise dos dados do utilizador, o que este gostaria de ver — e de não ver —, filtrando os conteúdos a que temos acesso, criando uma espécie de bolha, acarreta-fenômenos como isolamento social, polarização e radicalização dos indivíduos.

Essas bolhas informacionais não funcionam apenas como “escudos”, impedindo de nos deparar com posições diversas, mas também como “câmaras de eco ideológicas”, que reverberam a mesma visão de mundo, e, para além disso, são também uma perspectiva contemporânea da “caverna de Platão”, que apenas permitem enxergar a realidade através de uma projecção,

---

<sup>69</sup> Ibid, p. 8.

<sup>70</sup> Ibid, p. 17.

uma resta, uma sombra. Como advertiu Eli Pariser, o monitor do nosso computador se tornou um espelho, que reflete apenas o que nos interessa, e esse “reflexo” é produzido pelos algoritmos que nos observam.<sup>71</sup>

Logo, podemos perceber que o fluxo comunicacional travado na internet, contrariando a ideia de expansão de horizontes, tem trazido, ao revés, uma fragmentação informacional, em que pessoas ou grupos são cada vez mais isolados e radicalizados por experiências customizadas.

Esse cenário é preocupante, pois nossas decisões políticas e sociais passam a ser afetadas pelos algoritmos<sup>72</sup>, que não controlam apenas a publicidade, mas passam a direcionar nossas formas de viver<sup>73</sup>. Essa “funcionalidade” dos algoritmos tem sido utilizada como arma de desinformação, tendo sido substituída a publicidade pela propaganda ideológica e política. A desinformação não anda só: muitos grupos se valem da desinformação, especialmente, para propagar discursos de ódio contra pessoas e grupos vulnerabilizados.

Pesquisa recente da ONG Safernet apontou que os discursos de ódio misóginos cresceram 250%, a xenofobia 874%, o racismo em razão da cor 34% e a LGBTIfobia 52%, no ano de 2022 no Brasil<sup>74</sup>. Esse fenômeno também é experimentado na Europa, tendo, até então, sido a maior parte dos casos promovidos pelo terrorismo jihadista, mas novos desafios estão apresentados aos governos europeus com a “radicalização em linha” e os

---

<sup>71</sup> Ibid, p. 6.

<sup>72</sup> Ibid, p. 44.

<sup>73</sup> Ibid, p. 11.

<sup>74</sup> DENÚNCIAS de crimes de discurso de ódio e de imagens de abuso sexual infantil na internet têm crescimento em 2022. *SAFERNET*, 2022. Disponível em: <https://new.safernet.org.br/content/denuncias-de-crimes-de-discurso-de-odio-e-de-imagens-de-abuso-sexual-infantil-na-internet>. Acesso em: 30 mar. 2023.

“riscos cibernéticos” como mostra resumo de políticas a serem observadas na União Europeia e apontadas pelo parlamento europeu.<sup>75</sup>

Em resultado (ou por causa)<sup>76</sup> disso, há um aumento de grupos que proferem discursos supremacistas na internet, como o movimento *red pill*<sup>77</sup> e os *incels*<sup>78</sup>, com discurso misógino, racista e LGBTIfóbico. Um fato interessante observado nesses grupos é que, muitas vezes, as interações entre os seus membros se dão em espaços virtuais mais propícios ao anonimato, seja em plataformas mais conhecidas, como o Reddit e o 4Chan, seja em *sites* de acesso mais fechado. Inclusive, a dificuldade em rastrear esses ambientes digitais garante que essas comunidades propagadoras de ódio se mantenham reclusas e construam uma bolha de amplificação dos seus discursos, ou seja, uma câmara de ressonância ideológica.

Outro ponto importante a ser observado é que esses grupos adotam como estratégia de comunicação a conversa cifrada, com a utilização

---

<sup>75</sup> A LUTA contra o terrorismo. *What Europe does for me*, 2019. Disponível em: <https://what-europe-does-for-me.eu/pt/portal/3/focus01>. Acesso em: 12 ago. 2023.

<sup>76</sup> Não há como estabelecer se o aumento de grupos supremacistas na internet se deu em função do aumento do discurso de ódio também na rede mundial de computadores ou se o discurso de ódio aumentou por causa do aumento de grupos supremacistas.

<sup>77</sup> *Red pill* é um movimento supremacista masculinista que, através de uma suposta autoajuda masculina, prega um discurso misógino, sobretudo condenando determinados padrões e comportamentos das mulheres que entendem não serem compatíveis com os *standards* que devem ser exigidos pelos homens para suas parceiras. O termo “*red pill*” surge inspirado pelo filme *Matrix*, em que o protagonista Neo (Keanu Reeves) recebe a oferta de tomar uma pílula vermelha e conhecer a verdade ou tomar uma pílula azul e continuar no mundo ficcional. O mais interessante é que o filme inspiração para o grupo misógino foi produzido e dirigido pelas irmãs Wachowski, que são mulheres trans.

<sup>78</sup> *Incel* é o acrónimo de “celibatários involuntários”, que são um grupo misógino que culpa as mulheres entendidas por eles como parte de um padrão socialmente valorizado, denominadas de “Stacys”, pelo celibato involuntário a que seriam submetidos, já que estas mulheres preferem os Chads, como são denominados os homens padrão. Os *incel* pregam uma autopiedade com forte apelo niilista, tendo vários assassinos de chacinas em escolas assumido possuir ligação com fóruns desse grupo.

de palavras e símbolos que muitas vezes não podem ser compreendidas pelas pessoas em geral; essa técnica de tornar a mensagem apenas perceptível para determinado grupo denomina-se de *dog whistle*.

Entre as expressões cifradas neonazistas podemos encontrar números como o “88”<sup>79</sup>; símbolos ou gestos como “pw”<sup>80</sup>, que são muitas vezes expressados com a mão; e até mesmo objetos inusitados, como um copo de leite<sup>81</sup>, que podem significar, numa conversa subliminar, representações supremacistas, racistas e intolerantes.

Pode, inicialmente, parecer que é algo distante que não sairia da internet, mas os casos de “lobos solitários”<sup>82</sup> pertencentes a esses grupos têm se multiplicado e se espalhado por todo o mundo. Esse fenômeno, que era visto mais intensamente nos EUA<sup>83</sup>, hoje assola vários países, não estando a Europa<sup>84</sup> ou o Brasil<sup>85</sup> livres de ataques terroristas perpetrados por indivíduos pertencentes a grupos supremacistas e que foram cooptados e convencidos através da “tela dos computadores”, dentro dos seus quartos.

---

<sup>79</sup> 88 ou HH (que seria a letra utilizada para representar o numeral 8, em inglês *eight*) é uma abreviação de “Heil Hitler”, que, em português, é “Salve Hitler”;

<sup>80</sup> O acrônimo “pw” significa *white power*.

<sup>81</sup> O copo de leite, na ótica dos supremacistas, é uma representação de pureza e força.

<sup>82</sup> “Lobos solitários” é uma expressão utilizada para designar *mass shooters* que atuam sozinhos provocando chacinas, geralmente em ambientes escolares.

<sup>83</sup> Os casos mais graves de *mass shootings* nos EUA foram: o Tiroteio de Las Vegas Strip, em 2017, com 60 vítimas fatais, o Tiroteio de Orlando, em 2016, com 49 mortos, o Tiroteio em Virginia Tech, em 2017, com 32 vítimas fatais. Para ler mais sobre, ver: CHIRSTENSEN, Jen. Entenda por que os Estados Unidos são o país com mais tiroteios em massa. *CNN Brasil*, 27 maio. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/entenda-por-que-os-estados-unidos-sao-o-pais-com-mais-tiroteios-em-massa/>. Acesso em: 27 jul. 2023.

<sup>84</sup> O’LEARY, Naomi. Risk mass shootings will increase in Europe, experts warn. *The Iris Times*, 5 maio. 2023. Disponível em: <https://www.irishtimes.com/world/europe/2023/05/05/risk-mass-shootings-will-increase-in-europe-experts-warn/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

<sup>85</sup> Podemos mencionar como casos emblemáticos no Brasil de atiradores em massa os ocorridos em Realengo/RJ, Suzano/SP e Saudades/SC.



No Brasil, estudiosos indicam que grupos neonazistas cresceram 270% em 3 anos e que havia, no ano de 2021, cerca de 530 núcleos extremistas no país, reunindo até 10 mil pessoas, o que deixava o país no 7º lugar do ranking de páginas hospedadas com conteúdo nazistas<sup>86</sup>; no mesmo sentido, nos Estados Unidos da América, foi observado que, em 2022, houve aumento de propaganda supremacista<sup>87</sup>.

Em que pese a desinformação, ciberviolência e do discurso de ódio se firmarem em um ambiente de pouca criticidade fomentada pela falta de acesso a visões múltiplas ocasionada pela bolha dos filtros, há outro importante mecanismo que também contribui para esse quadro de erosão social: a amplificação computacional.

Não basta apenas o indivíduo ser privado de contato com opiniões divergentes, esse usuário é convencido ainda por uma inflação artificial de um determinado conteúdo que dá a sensação a quem o acessa de que outras milhares de pessoas concordam com aquilo que foi postado. Essa falsa impressão de que o conteúdo está sendo curtido, comentado e compartilhado por vários usuários muitas vezes é provocada por um falso engajamento de usuários igualmente falsos, pois estes não são pessoas, mas *bots*, assim, ainda que esses robôs não criem propriamente a desinformação,

---

<sup>86</sup> GRUPOS neonazistas crescem 270% no Brasil em 3 anos; estudiosos temem que presença online transborde para ataques violentos. *G1*, 16 jan. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/01/16/grupos-neonazistas-crescem-270percent-no-brasil-em-3-anos-estudiosos-temem-que-presenca-online-transborde-para-ataques-violentos.ghtml>. Acesso em: 23 jul. 2023.

<sup>87</sup> WHITE Supremacist Propaganda Soars to All-Time High in 2022. *ADL*, 3 ago. 2023. Disponível em <https://www.adl.org/resources/report/white-supremacist-propaganda-soars-all-time-high-2022>. Acesso em: 10 ago.2023.

são instrumentos muito eficientes para disseminação<sup>88</sup> dela.

Para se ter uma ideia do poder do impulsionamento artificializado, antes das eleições brasileiras de 2018, foram identificados aglomerados de perfis falsos que possuíam como função influenciar o resultado do certame eleitoral<sup>89</sup>. Nesse mesmo cenário, foi verificado, após as eleições, o uso de *bots* em até 15% das contas ativas no Twitter<sup>90</sup>.

É interessante observar que esse impulsionamento artificial de desinformação, ciberviolência e discurso de ódio não ocorre apenas nas redes sociais<sup>91</sup>; no WhatsApp, conhecido serviço de mensagens que é amplamente utilizado no Brasil, onde 99% da população possui conta no aplicativo, 30% dos usuários informaram ter recebido *fake news* por mensagens no *app*, e 70% acreditam que a desinformação recebida pelo aplicativo pode influenciar negativamente as pessoas.<sup>92</sup>

A preocupação com esse uso do aplicativo de comunicação privada é tamanha que a própria empresa detentora do WhatsApp anunciou

---

<sup>88</sup> WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. *Council of Europe*, 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 22 jan. 2023, p. 32.

<sup>89</sup> GRAGNANI, Juliana. Inside the world of Brazil's social media cyborgs. *BBC*, 13 dez. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-42322064>. Acesso em: 20 jul. 2023.

<sup>90</sup> GABINETE do ódio. Bolsonaroistas gastam R\$ 5 milhões por mês com fake news, revela inquérito. *CONJUR*, 11 mar. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-mar-11/empresarios-gastam-milhoes-mes-fake-news>. Acesso em: 23 jul. 2023.

<sup>91</sup> Propomos, neste trabalho, uma distinção entre *redes sociais* e *serviços de mensageria*, pois há uma tendência das legislações e jurisprudências dos diversos países em diferenciar os meios de comunicação, entendendo o primeiro como um espaço público para manifestações e o segundo com caráter de comunicação privada.

<sup>92</sup> WHATSAPP no Brasil. Dados sobre o comportamento dos usuários no aplicativo de mensagem mais utilizado pelos brasileiros. *Opinion box*, 2023. Disponível em: [https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F1685388614OPB\\_infografico\\_whatapp\\_2023\\_final\\_2.pdf](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F1685388614OPB_infografico_whatapp_2023_final_2.pdf). Acesso em: 16 jul. 2023.

algumas medidas para diminuir a desinformação propagada pela ferramenta de comunicação, tais como: restrições para o compartilhamento de conteúdos, limitando os encaminhamentos dos conteúdos, o que teria reduzido em 70% os redirecionamentos de informações pelo *app*<sup>93</sup>; proposição de ações judiciais contra empresas acusadas de realizar o envio de mensagens em massa<sup>94</sup>; e a criação de um *chatbot* para verificar se as informações que estão sendo repassadas nos grupos de WhatsApp são falsas ou enganosas<sup>95</sup>.

Como podemos verificar, a situação é cada vez mais preocupante, pois a desinformação, o discurso de ódio e a ciberviolência, instrumentos utilizados pelo discurso populista, têm se espalhado para além da internet, a ponto de se afirmar que não existe mais mundos *on-line* e *off-line*, mas apenas uma única realidade, que o filósofo italiano Luciano Floridi denomina de “Onlife”<sup>96</sup>, teoria que tem sido reforçada pelos recorrentes casos que têm perpassado essas realidades antes tidas como diferentes.

---

<sup>93</sup> FREY, João. WhatsApp limita envio de mensagens para combater fake news sobre coronavírus. *UOL*, 7 abr. 2020. Disponível em:

<https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/whatsapp-limita-envio-de-mensagens-para-combater-fake-news-sobre-coronavirus/>. Acesso em: 23 jan. 2023.

<sup>94</sup> BAPTISTA, Renata. WhatsApp processa mais duas empresas por disparo de mensagens em massa. *UOL*, 13 nov. 2020. Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/11/13/whatsapp-processa-empresas-brasileiras-de-disparo-em-massa.htm>. Acesso em: 18 jan. 2023.

<sup>95</sup> TRINDADE, Rodrigo. Será o fim dos boatos? Robô do WhatsApp vai desmentir *fake news* para você. *UOL*, 4 ago. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/08/04/robo-que-tira-duvidas-sobre-fake-news-no-whatsapp-e-lancado-no-brasil.htm>. Acesso em: 12 jan. 2023.

<sup>96</sup> “A ERA do Onlife, onde real e virtual se (com)fundem”. Entrevista com Luciano Floridi. *Unisinos*, 2 out. 2019. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/593095-luciano-floridi-vou-explicar-a-era-do-onlife-onde-real-e-virtual-se-com-fundem>. Acesso em: 12 agosto. 2023.

#### 4. CONCLUSÕES

Diante do que expusemos, pode-se perceber que o populismo continua utilizando a mesma abordagem comunicacional, instrumentalizada pelo “nós contra eles”<sup>97</sup>, empregando forte apelo emocional, num repasse da informação de forma ritualizada.

Se falta profundidade nas “verdades” do discurso populista, sobra um léxico empobrecido, empregado unicamente para despertar emoções nas massas.

Essa manipulação dos sentimentos exercida pelo discurso populista, como visto, não é algo novo, foi e tem sido empregada, ao longo da história, por governos e governantes populistas, autoritários e totalitários.

Porém, há um redesenho na intermediação comunicacional, o populismo, entendido como forma de fazer política<sup>98</sup>, tem utilizado as novas tecnologias, que são também novos meios de distribuição das ideias, num processo de disseminação da (des)informação de forma especializada e automatizada.

Se antes os populistas utilizavam os clássicos meios de comunicação em massa, como a TV e o rádio, agora a propagação se dá por meio de *bytes*, no mundo *on-line*, com um poder de alcance e velocidade de propagação jamais visto. O populismo possui novas vestes, sendo agora 5.0.

Esse populismo turbinado e repaginado funciona em simbiose com as novas tecnologias, aproveitando-se destas para melhor disseminar e convencer. Os autoritários e populistas não precisam mais cortar cabos e subir

---

<sup>97</sup> Eco, 2018, p. 49.

<sup>98</sup> Laclau, 2013.

muros, mas podem criar bolhas comunicacionais que aprisionam o usuário num “mundo” de informações artificialmente criado e insuflado.

Com essa nova roupagem, têm-se disseminado, na rede mundial de computadores, falácias, discursos de ódios e ciberviolências, dando continuidade ao repertório já conhecido do “inimigo da nação” para, assim, pôr as massas em delírio, numa verdadeira sociedade da desinformação.

Dessa forma, fica ainda mais claro que a concepção da internet como um “mercado livre de ideias”<sup>99</sup> foi algo utópico, uma idealização incauta, que hoje dá lugar ao futuro que tem se mostrado distópico, com os indivíduos sendo cada vez mais manipulados por seus líderes; a vida real cada vez mais se aproxima de romances ficcionais como “1984”, de George Orwell<sup>100</sup>.

Nessa afetação das mentes das massas, em que já há pesquisadores sustentando uma violação à liberdade cognitiva<sup>101</sup>, operada pelos algoritmos que filtram e impulsionam de forma artificial as informações que são compartilhadas, criou-se um mundo paradoxal: estamos todos conectados, mas cada um enxerga algo diferente na sua própria tela.

---

<sup>99</sup> Mill, 2011.

<sup>100</sup> No livro “1984”, escrito por George Orwell em 1949, o autor retrata um futuro distópico em que há uma vigilância constante do Estado, e todos são doutrinados a acreditar no grande líder e no arque-inimigo da nação, com diversos métodos de convencimento através de propaganda diária e contínua, com forte apelo emocional e linguagem pobre e artificial. O inimigo é retratado como um caprino histérico que emite balidos que despertam ódio nos expectadores, numa evidente desumanização do Outro. Em simultâneo, as notícias são reescritas para que o líder supremo seja sempre apresentado como grande herói e infalível. Há, ainda, um forte temor da população de ser denunciada por qualquer deslize, fazendo com que as pessoas nunca confiem uma nas outras, o que também um é eficiente método de persuasão para a formação de grupos opositores ao regime estabelecido. ORWELL, George. *1984*. São Paulo: Faro Editorial, 2021.

<sup>101</sup> A possibilidade de nossos cérebros serem *hackeados* e a existência de um direito fundamental à Liberdade Cognitiva são discutidas de maneira interessante em Martinez e Dalla Corte (2021).

Se os efeitos da desinformação, do discurso de ódio e da ciberviolência permanecessem no “mundo *on-line*”, isso por si só já seria aterrador, mas esses tentáculos têm atravessado os ecrãs, e os efeitos desse discurso populista têm sido sentidos no “mundo real”. Hoje já não há divisão entre “mundos *on-line*” e “mundo *off-line*”<sup>102</sup>.

De fato, a desinformação, discurso de ódio e ciberviolência têm se materializado em acontecimentos cotidianos nas diversas sociedades, não são poucos os casos de influência em eleições, de multiplicação de grupos neonazistas, de recusa de indivíduos em se vacinar ou daqueles que dizem que não acreditam no efeito estufa porque nevou ontem em algum lugar.

Diante desse panorama, compreender os mecanismos escondidos nos processos de desinformação, ciberviolência e discurso de ódio é a primeira ação para criar um combate efetivo a esses males sociais.

Assim, podemos verificar que o populismo, hodiernamente, opera numa lógica de fragmentação da mídia em que cria bolhas informacionais que não permitem aos indivíduos enxergar pontos de vista distintos dos seus, o que põe em causa a democracia que é essencialmente plural, além de acarretar o efeito câmara de ressonância, que promove uma reverberação do pensamento radical e extremista.

Utiliza-se o populismo 5.0, ainda, por meio de um impulsionamento artificial caracterizado pela utilização de *bots* e disparos em massa para criar um falso engajamento, que dá aos espectadores a noção

---

<sup>102</sup> “A ERA do Onlife, onde real e virtual se (com)fundem”. Entrevista com Luciano Floridi. *Unisinos*, 2 out. 2019. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/593095-luciano-floridi-vou-explicar-a-era-do-onlife-onde-real-e-virtual-se-com-fundem>. Acesso em: 12 agosto. 2023.

equivocada de que são apoiados por muitos naquilo que acreditam. Nessa lógica, a popularidade literalmente pode ser comprada! Essas ferramentas são tão eficazes que já há organizações criminosas que as empregam para mudar o destino em eleições mundo afora. A desinformação é um negócio gerador de milhões (ou bilhões).

Desta feita, ver que a desinformação não se dá de forma autônoma ou desintencional, mas que há uma intenção deliberada de desinformar e que essa desinformação muitas vezes é utilizada como matriz geradora de discurso de ódio e ciberviolência, é ponto fulcral para se refletir acerca de um antídoto. Não se pode dar um remédio sem conhecer qual a doença.

Assim, cientes de como operam a desinformação, o discurso de ódio e a ciberviolência, muitas vezes utilizadas como ferramentas de convencimento pelos populistas, que manejam as novas tecnologias, que, por sua vez, trazem como consequência a fragmentação da mídia e o impulsioneamento artificial, podemos começar a tecer medidas mais efetivas contra essa mazela social de caráter mundial.

## REFERÊNCIAS

"A ERA do Onlife, onde real e virtual se (com)fundem". Entrevista com Luciano Floridi. Unisinos, 2 out. 2019. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/593095-luciano-floridi-vou-explicar-a-era-do-onlife-onde-real-e-virtual-se-com-fundem>. Acesso em: 12 agosto. 2023.

A GLOBAL Study on information literacy: understanding generational behaviors and concerns around false and misleading information online. *Poynter Institute for Media Studies*, [s.l.], ago. 2022. Disponível em: <https://www.poynter.org/wp-content/uploads/2022/08/A-Global-Study->

on-Information-Literacy-1.pdf. Acesso em: 31 jul. 2023.

A LUTA contra o terrorismo. *What Europe does for me*, 2019. Disponível em: <https://what-europe-does-for-me.eu/pt/portal/3/focus01>. Acesso em: 12 ago. 2023.

ARENDDT, Hannah. *Eichmann em Jerusalém: um relato sobre a banalidade do mal*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

BAPTISTA, Renata. WhatsApp processa mais duas empresas por disparo de mensagens em massa. *UOL*, 13 nov. 2020. Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/11/13/whatsapp-processa-empresas-brasileiras-de-disparo-em-massa.htm>. Acesso em: 18 jan. 2023.

BENKLER, Yochai. Siren Songs and Amish Children: Autonomy, Information, and Law. *New York University Law Review*, [s.l.], v. 76, n. 1, abr. 2001. Disponível em: <https://www.nyulawreview.org/issues/volume-76-number-1/siren-songs-and-amish-children-autonomy-information-and-law/>. Acesso em: 15 jul. 2023.

BENOIST, Alain; CHAMPETIER, Charles. *Manifesto for a European Renaissance*. Londres: Arktos: 2012.

BUTLER, Judith. *Discurso de ódio: uma política do performativo*. São Paulo: Editora Unesp, 2021.

CANO, Rosa Jiménez. Dez milhões de perfis no Facebook receberam propaganda paga pela Rússia durante as eleições dos EUA. *El País*, 3 out. 2017. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/03/internacional/1507002663\\_253312.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/03/internacional/1507002663_253312.html). Acesso em: 12 abr. 2023.

CAREY, James W. *Comunicação como cultura: ensaios sobre mídia, tecnologia e sociedade*. Rio de Janeiro: Loyola, 2022.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. 4. ed., Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.



DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 2010.

DENÚNCIAS de crimes de discurso de ódio e de imagens de abuso sexual infantil na internet têm crescimento em 2022. *SAFERNET*, 2022. Disponível em: <https://new.safernet.org.br/content/denuncias-de-crimes-de-discurso-de-odio-e-de-imagens-de-abuso-sexual-infantil-na-internet>. Acesso em: 30 mar. 2023.

DESINFORMAÇÃO sobre alterações climáticas leva população a duvidar da ciência. *Diário de notícias*, [s.l.], 27 jul. 2022. Disponível em: <https://www.dn.pt/internacional/desinformacao-sobre-alteracoes-climaticas-leva-populacao-a-duvidar-da-ciencia-15049842.html>. Acesso em: 5 mar. 2023.

DINO, Flávio. Ministro da Justiça e Segurança Pública do Brasil, palestrante no *XI Fórum Jurídico de Lisboa*, Lisboa, 26 jun. 2023.

ECO, Humberto. *O Fascismo eterno*. Rio de Janeiro: Record, 2018.

ESTEVES, Fernando. Como as fake news conduziram os britânicos à confusão do Brexit. *Polígrafo*, 15 jan. 2019. Disponível em <https://poligrafo.sapo.pt/uniao-europeia/artigos/como-as-fake-news-conduziram-os-britanicos-ao-chumbo-do-brexit>. Acesso em: 12 jan. 2023.

European Commission. Fake News and disinformation online. *European union*, [s.l.], 2018. Disponível em <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2183>. Acesso em: 12 jan. 2023.

European Commission. A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High-level Group on fake news and online disinformation. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2018.

FERNANDES, Rafael Esteves. Populismo e Política 4.0: um esboço analítico. *SOMANLU: Revista de Estudos Amazônicos – UFAM*, [s.l.], v. 19, n. 2, p. 32-43, 2019. Disponível em: <https://www.periodicos.ufam.edu.br/index.php/somanlu/article/view/686>

2. Acesso em: 20 jul. 2023.

FRANÇA. Conselho da Europa. Corte Europeia de Direitos Humanos. *Alves da Silva v. Portugal*, nº. 41665/07. Estrasburgo, 20 out. 2009. Disponível em: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-119164>. Acesso em: 10 jul. 2023.

FRANCE. Council of Europe. European Court of Human Rights (First Section). *Vereinigung Bildender Künstler v. Austria*, nº. 68354/01. Strasbourg, 25 Jan. 2007. Disponível em: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-79213>. Acesso em: 10 jul. 2023.

FRANCE. Council of Europe. European Court of Human Rights (Fourth Section). *Welsh e Silva Canha v. Portugal*, nº. 16812/11. Strasbourg, 22 Mar. 2016. Disponível em: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-161527>. Acesso em: 20 jul. 2023.

FRANCISCO, Severino. *Sociedade da desinformação*. [s. l.]: UNESCO, 2004.

FREY, João. WhatsApp limita envio de mensagens para combater fake news sobre coronavírus. **UOL**, 7 abr. 2020. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/whatsapp-limita-envio-de-mensagens-para-combater-fake-news-sobre-coronavirus/>. Acesso em: 23 jan. 2023.

GABIELKOV, Maksym; RAMACHANDRAN, Arthi; CHANTREAU, Augustin; LEGOUT, Arnaud. Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?. *ACM SIGMETRICS / IFIP Performance*, [s.l.], 2016. Disponível em: <https://inria.hal.science/hal-01281190>. Acesso em: 22 abr. 2023.

GABINETE do ódio Bolsonaroístas gastam R\$ 5 milhões por mês com fake news, revela inquérito. **CONJUR**, 11 mar. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-mar-11/empresarios-gastam-milhoes-mes-fake-news>. Acesso em: 23 jul. 2023.

GRAGNANI, Juliana. Inside the world of Brazil's social media cyborgs. **BBC**, 13 dez. 2017. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/world-latin-america-42322064>. Acesso em: 20 jul. 2023.

GROSSMAN, Dave. Matar: um estudo sobre o ato de matar e o preço cobrado do combatente e da sociedade. Tradução: Ulisses Lisboa Perazzo

Lannes. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 2007.

GRUPOS neonazistas crescem 270% no Brasil em 3 anos; estudiosos temem que presença online transborde para ataques violentos. **G1**, 16 jan. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/01/16/grupos-neonazistas-crescem-270percent-no-brasil-em-3-anos-estudiosos-temem-que-presenca-online-transborde-para-ataques-violentos.ghtml>. Acesso em: 23 jul. 2023.

HARARI, Yuval Noah. *21 lições para o século 21*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

HUNT, Lynn. *A invenção dos direitos humanos: uma história*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

CHRISTENSEN, Jen. Entenda por que os Estados Unidos são o país com mais tiroteios em massa. *CNN Brasil*, 27 maio. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/entenda-por-que-os-estados-unidos-sao-o-pais-com-mais-tiroteios-em-massa/>. Acesso em: 27 jul. 2023.

KAKUTANI, Michiko. *A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2018.

KATADA, Shun; OKADA, Shogo; KOMATANI, Kazunori. Effects of physiological signals in different types of Multimodal Sentiment Estimation. *IEEE Transactions on Affective Computing*, [s.l.], 3 mar. 2022. DOI: 10.1109/TAFFC.2022.3155604. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9726810>. Acesso em: 2 jul. 2023.

LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LAJA, Rafaela. “Team Jorge”: tudo o que se sabe sobre o grupo de hackers israelitas suspeito de manipular mais de 30 eleições em todo o mundo. *CNN Portugal*, Lisboa, 15 fev. 2023. Disponível em: <https://cnnportugal.iol.pt/team-jorge/tal-hanan/team-jorge-tudo-o-que-se-sabe-sobre-o-grupo-de-hackers-israelitas-suspeito-de-manipular-mais-de-30-eleicoes-em-todo-o-mundo/20230215/63ec9e740cf2cf9224f91224>. Acesso em: 3 mar. 2023.

LEVINAS, Emmanuel. *Totalidade e infinito*. Tradução de José Pinto Ribeiro. Lisboa: Edições 70, 1980.

LORENA, Sofia. “Especialista em desinformação” israelita reclama ter interferido com sucesso em 27 eleições presidenciais. *Mundo*, [s.l.], 15 fev. 2023. Disponível em: <https://www.publico.pt/2023/02/15/mundo/noticia/especialista-desinformacao-israelita-reclama-interferido-sucesso-27-eleicoes-presidenciais-2039037>. Acesso em: 2 mar. 2023.

MARTINEZ, Joshua Emmanuel de Oliveira; DALLA CORTE, Thaís. Neurodireitos: os direitos à liberdade cognitiva, à identidade pessoal, à privacidade mental e à integridade psicológica perante a neurotecnologia. *Anais do ENIC*, [s.l.], n. 13, 2021. Disponível em: <https://anaisonline.uems.br/index.php/enic/article/view/7936>. Acesso em: 1 ago. 2023.

MEDIDAS da UE para combater a desinformação sobre a COVID-19. *Conselho da União Europeia*, [s.l.], 6 jul. 2021. Disponível em: <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/coronavirus/fighting-disinformation/>. Acesso em: 1 mar. 2023.

MEDIDAS da UE para combater a desinformação sobre a COVID-19. *Conselho da União Europeia*, [s.l.], 6 jul. 2021. Disponível em: <https://www.consilium.europa.eu/pt/policies/coronavirus/fighting-disinformation/>. Acesso em: 1 mar. 2023.

MELLO, Daniel. Para OEA, difusão de notícias falsas no Brasil não tem precedentes. *Agência Brasil*, 25 out. 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2018-10/para-oea-difusao-de-noticias-falsas-no-brasil-nao-tem-precedentes>. Acesso em: 23 mar. 2023.

MILL, John Stuart. *Sobre a liberdade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2011.

MUDDE, Cas. The Populist Zeitgeist. *Government and opposition*, [s.l.], v. 39, n. 4, p. 541-563. DOI:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/government-and-opposition/article/populist->

zeitgeist/2CD34F8B25C4FFF4F322316833DB94B7. Acesso em: 10 jan. 2023.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. *Populism: a very short introduction*. Oxford: Oxford Press University, 2017.

MUKASONGA, Scholastique. *Baratas*. São Paulo: Editora Nós, 2018.

NÓBREGA, Liz. “Desinformação é massiva e imediata”, diz Flávio Dino sobre o caso Marielle. *Desinformante*, [s.l.], 24 jul. 2023. Disponível em: <https://desinformante.com.br/marielle-desinformacao-dino/>. Acesso em: 30 jul. 2023.

O’LEARY, Naomi. Risk mass shootings will increase in Europe, experts warn. *The Iris Times*, 5 maio. 2023. Disponível em: <https://www.irishtimes.com/world/europe/2023/05/05/risk-mass-shootings-will-increase-in-europe-experts-warn/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

ORWELL, George. *1984*. São Paulo: Faro Editorial, 2021.

PARISER, Eli. *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SAMPAIO, Mario F. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro: Editora Achiamé, 1984.

SARLET, Ingo Wolfgang; SIQUEIRA, Andressa de Bittencourt. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “fake news” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. *Revista Estudos Institucionais*, v. 6, n. 2, p. 534-578, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/522>. Acesso em: 12 jan. 2023.

SOARES, Matheus. França estabelece limites e princípios éticos para influenciadores. *Desinformante*, [s.l.], 13 jun. 2023. Disponível em: <https://desinformante.com.br/franca-lei-influenciadores>. Acesso em: 10 jul. 2023.

SOUZA, Carlos Diego Peixoto. Da irrealidade dos dados estatísticos oficiais

sobre casos de LGTBIfobia no estado de Pernambuco. In: SAYÃO, Sandro Cozza; ACIOLY, Dimitri. [org.]. *Defesa Social, Segurança Pública e Direitos Humanos*: Programa Virtus em artigos selecionados. Recife: Editora da UFPE, 2023. p. 44-52.

STRAUBAHAAR, Joseph; LA ROSE, Robert. *Comunicação, mídia e tecnologia*. 1. ed. São Paulo: Cengage, 2004.

TEAM Jorge: entenda como funciona a máquina de fake news israelense. *O Globo*, Rio de Janeiro, 7 ago. 2023. Disponível em <https://oglobo.globo.com/mundo/epoca/noticia/2023/02/team-jorge-entenda-como-funciona-a-maquina-de-fake-news-israelense.ghtml>. Acesso em: 29 jul. 2023.

TRINDADE, Rodrigo. Será o fim dos boatos? Robô do WhatsApp vai desmentir fake news para você. *UOL*, 4 ago. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/08/04/robo-que-tira-duvidas-sobre-fake-news-no-whatsapp-e-lancado-no-brasil.htm>. Acesso em: 12 jan. 2023.

VASCONCELOS, Francisco Thiago Rocha. Alain de Benoist e a Nova Direita Europeia: gramscismo de direita, revolução conservadora e fascismo cultural. *Princípios*, [s.l.], v. 41, n. 163, p. 208 - 239, 7 fev. 2022. Disponível em: <https://revistaprincipios.emnuvens.com.br/principios/article/view/155>. Acesso em: 12 ago. 2023.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. *Council of Europe*, 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>. Acesso em: 22 jan. 2023.

WEBER, Max. *Economia e sociedade*: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1999, 2.v.

WHATSAPP no Brasil Dados sobre o comportamento dos usuários no app de mensagem mais utilizado pelos brasileiros. *Opinion box*, 2023. Disponível em: <https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F7540%2F16853886>

14OPB\_infografico\_whatsapp\_2023\_final\_2.pdf. Acesso em: 16 jul. 2023.

WHITE Supremacist Propaganda Soars to All-Time High in 2022. *ADL*, 3 ago. 2023. Disponível em <https://www.adl.org/resources/report/white-supremacist-propaganda-soars-all-time-high-2022>. Acesso em: 10 ago. 2023.