

LETÍCIA AGUIAR FERREIRA

**FAKE NEWS EM TEMPO DE ELEIÇÕES**

CURSO DE DIREITO – UniEVANGÉLICA

2020

LETÍCIA AGUIAR FERREIRA

## **FAKE NEWS EM TEMPO DE ELEIÇÕES**

Monografia apresentada ao Núcleo de Trabalho de Curso da UniEvangélica, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Direito, sob a orientação do Professor Me. Herbert Emílio Araújo Lopes.

ANÁPOLIS – 2020

LETÍCIA AGUIAR FERREIRA

**FAKE NEWS EM TEMPO DE ELEIÇÕES**

Anápolis, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020.

Banca Examinadora

---

---

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo, analisar e estudar a era da pós-verdade marcada pelas “fake news” e suas consequências nas épocas de eleições, visto que se propagam rapidamente através das redes sociais e em conteúdos jornalísticos. Para justificar o presente tema, observa-se que a legislação deixa algumas brechas quanto à propagação da “fake news” e sua devida punição e quem realmente deve ser culpado civilmente caso ocorra danos aos candidatos envolvidos. Logo, traz como objetivo: explicar e definir as fake news em tempos de eleições, descrevendo o contexto histórico das “fake news”, analisando a influência da tecnologia na disseminação de notícias e, conseqüentemente abordando as “fake news” em período eleitoral. A metodologia utilizada na elaboração da monografia foi a bibliográfica, que consistiu na exposição do pensamento de vários autores que dissertaram sobre o tema escolhido. Utilizou-se como apoio e base, contribuições de doutrinários sobre o assunto em questão, através de consulta a livros e periódicos, onde a mesma visou apresentar, de maneira clara e didática, um panorama das várias posições existentes adotadas pelas doutrinas, jurisprudências dos Tribunais Pátrios, assim como em artigos publicados na Internet. Frente a todo o arcabouço teórico normativo, a escolha do presente tema expõe as inúmeras dúvidas e discussões que possam surgir no seio social, acadêmico e profissional diante das “fake news” nas eleições. Isto é, é uma problemática que acumula, portanto, motivos suficientes para desenvolver uma pesquisa focada neste assunto.

**Palavras chave:** Fake News. Eleições. Mídias Sociais. Candidatos.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	01
<b>CAPÍTULO I – CONTEXTO HISTÓRICO DAS FAKE NEWS.</b> .....	03
1.1 Evolução histórica das fake news “Mitos e Verdades” e como eram divulgados. .....	03
1.2 A propagação das fake news sem a tecnologia da atualidade .....	07
1.3. A busca pela informação e como os primórdios analisavam a credibilidade da notícia .....	10
<b>CAPÍTULO II – A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS</b> .....	13
2.1 Tecnologia e redes sociais.....	13
2.2 A propagação das fake news na Internet.....	18
2.3 A influência da divulgação das fake news nos pensamentos dos usuários.....	20
<b>CAPÍTULO III – AS FAKE NEWS EM PERÍODO ELEITORAL.</b> .....	23
3.1 Os maiores exemplos de fake news eleitoral e suas consequências .....	23
3.2 As fake news e o impacto na vida pessoal e profissional de um candidato .....	27
3.3 Métodos e plataformas para reduzir a propagação de fake news .....	29
<b>CONCLUSÃO</b> .....	32
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	33

## INTRODUÇÃO

As *fake news*, como são popularmente conhecidas, são notícias falsas que aparentam ser verdadeiras, sendo consideradas como um meio de persuasão para aqueles que não buscam a fundo a verdadeira fonte da notícia e, conseqüentemente acabam gerando uma repercussão muito grande em volta de qualquer assunto, principalmente em viés político.

Logo, no período eleitoral, justamente por se tratar de uma época em que a mentira abala as próprias fundações da democracia, os candidatos usam de todos os métodos para difamar a imagem dos concorrentes com o intuito da perda de votos perante a população. Diante deste contexto, este trabalho trouxe como objetivo: Explicar e definir as *fake news* em tempos de eleições.

No Capítulo I, descreveu-se uma retrospectiva histórica das *fake news*, enfatizando os “mitos e verdades” e como os mesmos eram divulgados, identificou-se como era realizada a disseminação das *fake news* sem as tecnologias da atualidade e, após identificou como a busca pela informação e como os primórdios analisam a credibilidade de determinada notícia.

No Capítulo II, delineou-se a importância da tecnologia na disseminação de notícias por meio das redes sociais, identificou-se de que forma se propagam as *fake news* na Internet e, posteriormente como as mesmas influenciam no pensamento de seus usuários.

No Capítulo III, debateu-se os maiores exemplos de fake news eleitoral e suas provenientes consequências, delineou-se como as fake news afetam diretamente na vida do candidato, seja ela em seu âmbito pessoal e profissional, bem como, identificou-se os métodos e plataformas para reduzir a incidência de fake news.

Assim sendo, percebe-se que como o período eleitoral é muito rápido, qualquer notícia falsa gerada tem uma proporção muito grande e a divulgação dessa notícia ocorre rapidamente, sendo assim, o tempo que o candidato levará para conseguir provar que aquela notícia se trata de uma fake news poderá ter perdido números significativos de eleitores, portanto, o candidato que estava em alta nas pesquisas acaba caindo no índice e pode acarretar a perda da eleição.

## CAPÍTULO I – CONTEXTO HISTÓRICO DAS FAKE NEWS

Este capítulo tem por objetivo destacar a origem e evolução das *Fake news*, abordar as características do mundo que facilitam a disseminação das notícias falsas, elencar exemplos de *fake news* que ganham grandes proporções, e mapear sobre a incredibilidade das chamadas notícias falsas.

### 1.1 Evolução Histórica das *Fake News* “Mitos e Verdades” e como eram divulgados

As chamadas notícias falsas, histórias fabricadas, boatos e manchetes buscam tudo por cliques e não é algo que surgiu agora. No século XVI, houve o surgimento dos pasquins, que se transformaram em um meio que propagava notícias desagradáveis, e que em sua maioria eram falsas sobre pessoas públicas. Em consequente, surgiu os *Canards*, que se denominavam gazetas com notícias falsas que circulavam pelas ruas de Paris, no século XVII (DARNTON, 2017).

Segundo a linha de pensamento de Chen, Conroy e Rubin (2015, p. 19) a produção e veiculação de Fake News constituem

um verdadeiro mercado, e trata-se de um universo é alimentado por pessoas de grande influência, geralmente políticos em campanha eleitoral, que contratam equipes especializadas nesse tipo de conteúdo viral. Essas equipes podem ser compostas por ex-jornalistas, publicitários, profissionais de marketing, profissionais da área de tecnologia e até mesmo policiais, que garantem a segurança da sede e dos equipamentos utilizados.

Podemos citar como exemplos da propagação de notícias falsas, a guerra de cuba em 1898 iniciou através da manipulação dos jornais, em consequente a guerra do Vietnã de 1955-1975, o incidente do golfo, a guerra da Espanha, que nasceram ou se propagaram através do sensacionalismo dos jornais da época, e foi o momento propício em que as fontes usaram para desencadear uma psicose de guerra e distribuir ao leitor com fatos inverídicos e uma circulação milionária de mentiras ao leitor (BOBBIO, 1990).

Ao mesmo tempo em que surgiam os jornais de circulação maciça, nascia também um movimento de desconfiança, era basicamente um grupo que buscava sempre a verdade que parecia estar sempre em um lugar distinto dos noticiados nos jornais, sendo assim até os dias atuais. Pois, atualmente existem as pessoas que acreditam que tudo o que é noticiado pela imprensa são inverdades, todavia esse é um pensamento errôneo, pois apesar de estarmos vivendo a era dessas *fake news*, existe muitas notícias verdadeiras (BINENBOJM, 2013).

Vale ressaltar que uma das grandes tragédias ocorridas no século XX, que foram as matanças maciças promovidas pelos grandes totalitarismos, conseguiu se esconder detrás de notícias falsas. As ditaduras nazista e soviética não só fabricaram falsidades tremendas como também foram capazes de construir outra realidade, em que o verdadeiro e o falso eram elementos acessórios, havendo assim a abolição da realidade (DARNTON, 2017).

Lavarda et al., (2016, p. 9) ressalta que as notícias falsas lavradas contra os alemães entre 1914 e 1918,

influenciaram diretamente na primeira guerra mundial. Quando eram acusados de todo tipo de brutalidades com fins propagandísticos, tiveram um efeito negativo na percepção das atrocidades cometidas entre 1939 e 1945, sobretudo em relação ao holocausto. Foi uma época marcada por verdades que eram percebidas como falsas devido ao grande número de *fake news* espalhadas.

Para que as notícias falsas se propaguem, é preciso que uma tenha uma sociedade disposta a acreditar nelas, e trata-se de uma prática anterior à era da comunicação em massa. Existe desde os criadores do pensamento histórico,

Heródoto e Tucídides, que sofreram com a propagação de notícias falsas. Com a vontade de investigar, Heródoto empregou a palavra *historie*, que abriu precedente para a luta contra as notícias falsas (BINENBOJM, 2013).

Na Roma antiga, os governantes estavam muito conscientes da importância da informação e de como era essencial adaptá-la às suas necessidades políticas, independentemente da realidade. Em Roma, as notícias se transmitiam fundamentalmente através das imagens. Também na Idade Média as notícias se propagavam com surpreendente eficácia, embora as condições materiais não acompanhassem o movimento informativo. o tempo que se levava para transmitir uma informação podia se acelerar dependendo do interesse da notícia (BOBBIO, 1990).

As ordens mendicantes tinham um papel importante na disseminação de informações, assim como os jograis, os peregrinos e os vagabundos, porque todos eles percorriam grandes distâncias. As cidades também tinham correios organizados e selos para lacrar mensagens e tentar certificar a veracidade das correspondências. Graças a tudo isto, a circulação de boatos era intensa e politicamente relevante (PRIOLLI, 2017).

Um exemplo de *fake news* clássica da era medieval a história do rei, conde ou senhor que desaparece na batalha e reaparece muito depois, idoso e transformado. Um dos motivos para a construção de notícias falsas naquele período era tentar justificar atos que, de outra forma, seriam intoleráveis, como o magnicídio. Mas a historiadora acredita que o exemplo mais claro para demonstrar a importância das mentiras são as caças às bruxas e as calúnias contra os judeus, autênticas campanhas de desinformação com resultados catastróficos (LAVARDA et al., 2016).

Historicamente o antissemitismo foi um terreno fértil para plantar mentiras. A Inquisição se aproveitava dele e ao mesmo tempo o estimulava. Na maioria das lendas antissemitas é fácil identificar como as mentiras são forjadas. Seguindo essa linha, foram convocados concursos literários sobre o tema, e a Inquisição distribuiu panfletos anticristãos, supostamente escritos por judeus, que tinham sido integralmente falsificados para agitar e convencer o povo. Aquele processo baseou-se em provas inverídicas e violava normas (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017, p. 7).

Outro exemplo da Inquisição na disseminação de histórias falsas inventadas em 1490, é o caso do Santo Menino da Guarda, que ocorreu em Toledo, onde judeus e convertidos foram acusados da morte de um menino que nunca existiu na história. Essa história foi de grande impacto e resultou na expulsão dos judeus em 1492 (MEYER-PFLUG, 2009).

As *fakes news* são vistas como um fenômeno de artigos e notícias intencionais falsas e que são utilizadas a fim de enganar o leitor. Desse modo, são intituladas como uma desinformação que visa apenas fins lucrativos. Essas *fake news* claramente identificáveis (como sátiras), muitas vezes partilhadas pelo seu valor humorístico, daquelas cujas ausências de base factual não é óbvia e levanta incerteza sobre a veracidade de seu conteúdo se tornam preocupantes (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017).

As notícias falsas podem ser entendidas como forma ou conteúdo de mensagem, mas também podem ser parte de plataformas que propagem e circulem essas informações. Assim sendo, não se torna possível compreender essas notícias em sua totalidade, pois elas precisam de circulação online para que seu conteúdo seja facilitado, visto e compreendido (LAVARDA et al., 2016).

Todavia, de acordo com Bounegru et al., (2017, p. 12),

existem as receitas de rastreio de notícias falsas online, pois quando há uma disseminação sem controle dessas notícias falsas, tomam grandes proporções e podem virar as chamadas *fake news* que tem um grande acesso do público, compartilhamentos e cliques. Afirma ainda que muito antes de o Jornalismo ser prejudicado pelas *Fake News*, escritores já propagavam falsas informações sobre seus desafetos por meio de comunicados e obras. Anos mais tarde, a propaganda tornou-se o veículo utilizado para espalhar dados distorcidos para a população, o que ganhou força no século XX.

As notícias falsas, um dos ramos da propaganda, são diferentes: procuram enganar, criar outra realidade. A preocupação com a perpetuação desses equívocos e com os mecanismos que os criam e multiplicam não é nova. A ampliação do consumo de notícias por sites de redes sociais também incita um novo tipo de concorrência com os media tradicionais. As *fakes news* se assentam, também, na

crise de confiança dos leitores nos veículos tradicionais. Logo, mesmo quando os links são clicados, poucos leitores vão passar dos primeiros parágrafos, o que facilita ainda mais o trabalho de elaboração de uma notícia falsa (FARIAS, 2004).

As pessoas confiam primeiramente no próprio julgamento das fontes e da mensagem para atestar a veracidade de um conteúdo. Quando isso não se mostra suficiente, buscam-se fontes externas para tentar essa autenticação, sejam elas interpessoais ou institucionais. Nesse processo, o volume de partilhas e o potencial de se tornar viral são comuns e vistas como um termômetro da autenticidade dos conteúdos e não somente a popularidade (FARIAS, 2004).

Referido assunto ganha ainda mais evidência, uma vez que cada vez mais brasileiros utilizam redes sociais como fonte de notícias. Onde as mesmas, tem sido, portanto, um instrumento formidável na difusão das notícias falsas, e a leitura das manchetes é suficiente para que sejam compartilhadas sem avaliar a veracidade, contribuindo assim para a disseminação de informações errôneas (PRIOLLI, 2017).

A propagação de *fake news* na atualidade, tomou maiores proporções no momento das eleições dos Estados Unidos que resultou na eleição de Donald Trump. Várias notícias falsas foram lançadas na mídia a fim de desencadear perceptivas em massa nos eleitores. Essas *fake news* eram feitas por ambos os partidos e por muito tempo foram acreditadas essas notícias como verdadeiras, até que foi aberto um processo de veracidade a fim de comprovar seus fins (ANJ, 2009).

## **1.2 A Propagação das *Fake News* sem a Tecnologia da Atualidade**

A era das mentiras em massa se iniciou no século XX e predomina com maior alcance no século XXI, onde a maioria dos conflitos enfrentados no mundo se deram através da propagação dessas *fake news*.

Visivelmente, a propagação de *fake news* tem tido um crescimento significativo nos últimos anos e seus efeitos políticos, pessoais e sociais são elevados, e já era assim bem antes da Internet, mas elas sempre necessitaram de um bom

cultivo, visto que as mentiras que se espalham e convencem as massas não surgiram com as redes sociais (FARIAS, 2004).

Antigamente, com a chegada do telégrafo foi possibilitado enviar e receber histórias em longas distancias, depois com a linotipo foi possível imprimir em massa e com os novos meios de transporte essas publicações eram distribuídas em grande número e para diversos lugares. Todavia, no final do século XIX, surgiu a desconfiança quanto àquilo que contavam, a mesma que nutre agora os que procuram essa outra verdade nas redes sociais, que para alguns é a única janela para o mundo (SÁ, 2017).

A tradicional produção de notícias por empresas jornalísticas consistia em produzir e disseminar uma informação, a partir de uma equipe de profissionais e um acesso restrito a fontes. O emissor emitia a mensagem para o receptor, em um processo praticamente sem mediações. A imprensa exercia o papel de ser o porta-voz do mundo real (BARROSO, 2001).

Antes mesmo da escrita, já existam os boatos, o ouvir e dizer era o único meio de comunicação nas sociedades. Essa é uma prática existente em qualquer classe social e a informação, sendo verdade ou mentira acaba passando de boca e dissemina informações que nem sempre tem ligação com a verdade (MEYER-PFLUG, 2009).

Meyer-Peflug (2009, p. 3) ressaltou que muito antes da era da internet e das novas tecnologias,

já existiram muitos conflitos que se iniciaram e difundiram-se através da disseminação dessas *fake news*. Essas notícias eram repassadas através de escritos, cartas, boatos que corriam de boca a boca e por tabloides e impressos. Com o advento do jornalismo, o acesso a essas notícias falsas chegava a mais pessoas, pois era propagada através de jornais e programas televisivos, que acabavam dando credibilidade ao que estava sendo retratado, mesmo que inverídico.

De um modo geral, esta ideia já era discutida quando se analisava a sociedade pós-industrial, onde eram apontadas transformações ocorridas nesse período resultaram em um mundo onde existe cada vez mais informação e menos

sentido. A realidade não é baseada apenas em fatos ocorridos e pode ser manipulado, forjado e reproduzido uma versão inverídica dos fatos, precedendo, portanto, a realidade (ANTHEAUME, 2017).

Embora o que já foi repercutido sobre *fake news*, cabe dizer que existe um deslocamento entre o real e o falso e que o que está sendo reproduzido interfere de forma decisiva nos resultados. Vale ressaltar que notícias falsas sempre existiram na história, mas existem quatro causas que se relacionam e explicam esse novo fenômeno (SÁ, 2017).

É necessário que haja um maior aprofundamento a investigação sobre o combate às notícias falsas, que não se resolve com fórmulas simples e prontas, mas com um conjunto de mecanismos que vão desde recursos técnicos até o investimento em educação e literacia digital. Restrições legais devem ser elaboradas para combater a desinformação, mas sem perder de vista o desafio de respeitar a liberdade de expressão (NELSON, 2017, p 31).

As quatro causas podem ser expressas em: descentralização de informações resultantes das tecnologias; um ambiente político polarização que facilite a disseminação das notícias falsas; A ocorrência de crise de confiança nas instituições tradicionais favorecendo a autonomia das pessoas na busca pelas informações; e por fim, o fortalecimento de uma visão do mundo de modo mais individualista e imediatista (ANTHEAUME, 2017).

A manipulação dos fatos para atender a determinados objetivos e ideologias foi uma estratégia muito utilizada nos regimes totalitários e em menor frequência por regimes democráticos, pois a verdade não precisa ser provada, apenas afirmada (BARROSO, 2001).

Sabemos que a notícia circula em torno da ideia de verdade. Não necessariamente a verdade única e imparcial, que visa apenas interesses, mas que dá sentido à atividade jornalística, como fonte de informação. Nesse contexto, as *fakes news* se denominam mentiras contadas e maquiadas em forma de notícias (CARVALHO, 1997).

Assim, como toda a produção comunicacional, a prática jornalística teve que se adaptar, iniciando uma onda de divulgação de informações imediatas, que muitas vezes não eram totalmente apuradas, permitindo uma leitura rápida. Nota-se que o conteúdo jornalístico passou a ser construído em pequenos blocos, algumas vezes subdivididos em formatos variados, a fim de oferecer pequenas pílulas informacionais que podem ser facilmente consumidas enquanto outras atividades são realizadas (WOLF, 2001).

### **1.3 A Busca pela Informação e como os Primórdios Analisavam a Credibilidade da Notícia**

A busca por informação faz parte do desenvolvimento humano desde a antiguidade. Com a chegada dos sistemas digitais, iniciou-se a vida digital que faz parte da vida social das pessoas, e muitas vezes constrói e constitui grande parte da rotina. O modo com a sociedade se organiza, se relacionar, se comunicar e produz agora é tudo através do mundo digital, fazendo com que as informações sejam repassadas de forma mais rápida e simultânea, denominando assim a Sociedade da Informação (ALSINA, 2009).

A troca de informações é capaz de interferir no processo de globalização e as práticas sociais, econômicas e políticas do mundo atual, sendo possível ainda organizar mobilizações sociais, utilizar informações pessoais para expor a vida de pessoas públicas e privadas e outros acontecimentos que possam impactar a vida cotidiana (TORRES, 2010).

Com o aumento da importância da informação para a sociedade, a velocidade em que as notícias são propagadas gera interesse individuais e profissionais, onde pessoas de diferentes áreas de atuação focam em meios capazes de garantir uma circulação cada vez maior de notícias, trabalhos, textos etc. Nesse cenário, a conexão de computadores em rede e a relação dos conteúdos digitais disponíveis se tornou o meio tecnológico mais usado para a ampliação dos conhecimentos humanos (WOLF, 2001).

A busca frenética por informações e conteúdos influenciam diretamente no estilo de vida social, facilitando os avanços sociais e filosóficos sobre o impacto que toda essa informação que é produzida e divulgada de modo tão rápido pode causar nos indivíduos e na sociedade de um modo geral (BRANDÃO, 1991).

Na vida cotidiana atual, a pressa, a frivolidade e a efemeridade influenciam o modo de vida dos indivíduos e no ciberespaço essas características parecem ganhar um peso maior, tornando-se quase uma condição para que os conteúdos (ou a vida) digital possam existir. Quando navegam na internet, as pessoas podem despender muitas horas de seu dia, contudo, são raros os momentos em que executam atividades exclusivas e duradouras. É comum, durante a navegação na internet, o internauta fazer diferentes atividades ao mesmo tempo, como a leitura de notícias, a atualização de seus perfis em redes sociais digitais, o desenvolvimento de trabalhos escolares e profissionais, entre outros (ALSINA, 2009).

Na internet, o usuário é quem busca a informação desejada, se sentindo atraído assim com o conteúdo midiático, fazendo com que o que está sendo informado seja interessante a quem consoma a informação a ponto de que compartilhe em suas redes, onde o leitor se torne um elemento divulgador. A partir de um momento que uma notícia é criada, centenas de milhares de ramificações surgem baseadas nela e as proporções se tornam infinitas (TORRES, 2010).

É possível atualmente falar de credibilidade no contexto da velocidade do jornalismo em tempo real. Essa necessidade de velocidade e de informação instantânea leva os jornalistas a uma corrida quase invencível contra o tempo e acarreta grandes consequências. A informação jornalística só tem valor se transparecer credibilidade, pois é o ponto chave do jornalismo. A qualidade do jornal se apoia nas histórias e na veracidade dos fatos e deve seguir os preceitos da ética (BRANDÃO, 1991, p.38).

Em quatro séculos de história, a imprensa cresceu e se tornou de grande importância política, social e econômica. Os veículos de informação, como jornais, revistas, rádio e televisão formava consensos e acabavam impondo aos leitores sua visão acerca do mundo. Com o surgimento da internet, o mundo digital e a rede mundial de computadores mudaram tudo, e o consumidor tornou-se também um produtor de notícias,

instantaneamente compartilhadas com o mundo inteiro ampliando o volume de informações de forma nunca imaginada (ALSINA, 2009).

O desenvolvimento da comunicação mediática é um problema antigo e frequente, que se revela de forma nítida, essa dialética entre a permanência e a mudança, a antiguidade e a novidade é o da credibilidade. Formulado enquanto problema teórico-prático pela retórica grega, por Aristóteles e se tornou uma das chaves da cultura e é marcado pela emergência da comunicação em massa (ARISTÓTELES, 1998).

É a retórica grega que formula o problema da credibilidade enquanto problema teórico-prático da comunicação a fim de persuadir o discurso e a produção verbal, escrita ou oral que o leve a acreditar em alguma coisa. Seguindo essa vertente, Aristóteles inclua, como primeiro meio de persuasão, o *ethos*, como o carácter moral do orador, se ele se torna real e digno de confiança, e é visto como uma pessoa honesta (SERRA, 2002).

Aristóteles incorre aqui num círculo: por um lado, é a credibilidade do orador que torna o seu discurso credível; mas, por outro lado, é o discurso credível que revela a credibilidade do orador. A relação entre a credibilidade do orador e a credibilidade do discurso é uma relação lógica, e a relação dos elementos repercutem no outro (ARISTÓTELES, 1998, p.28).

Uma questão essencial é a forma como a retórica coloca e resolve o problema da credibilidade é a de sabermos até que ponto tal modelo é exclusivo da prática retórica ou é, pelo contrário, extensível à generalidade da comunicação humana, nomeadamente à comunicação da informação pelos media (SOUSA, 2002).

Deste modo, o problema da credibilidade passa a colocar-se em cada um dos vários níveis e etapas do processo de construção da informação, do processo que permeia entre fatos e acontecimentos conhecidos pelo receptor (SOUSA, 2002).

## **CAPÍTULO II – A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS**

Este capítulo tem por objetivo destacar a tecnologia e sua relação com as *fake news* disseminadas nas redes sociais, demonstrar a propagação das *fake news* na Internet e, posteriormente analisar a influência da divulgação das *fake news* no pensamento dos usuários.

### **2.1 Tecnologia e redes sociais**

Para se compreender o contexto da comunicação atual dentro da sociedade, debate-se agora de uma sociedade em redes. Castells (2000) *apud* Oliveira (2019, p.20) definiu o período atual como era da informação e/ou era do conhecimento, caracterizada pela mudança no modo de comunicar-se com a sociedade e pela valorização crescente da informação nesta nova configuração de uma estrutura vigente, à medida que a circulação de informações flui em alta velocidade e em quantidade até então inimagináveis.

Deste modo, se por um lado a tecnologia e as novas mídias trouxeram maiores possibilidades e facilidades, levando em consideração a praticidade na comunicação e edição de reportagens, com a utilização de dispositivos e aplicativos, por outro, também estabeleceu uma liberdade de propagação da informação a todos os internautas. Estas informações podem ser facilmente divulgadas sem que se saiba a fonte e/ou o transmissor. Esta característica fica ainda mais marcante por meio do surgimento das redes sociais (PUCCI, 2016).

Logo, algumas técnicas tornam-se imprescindíveis na conduta dos usuários que utilizam as redes sociais como fonte de informação. Uma das técnicas essenciais é a checagem da fonte. A credibilidade de uma notícia depende em grande percentual do seu autor, probabilidade de uma fonte confiável publicar uma informação verdadeira é bem maior do que uma fonte desconhecida ou até mesmo uma fonte com reputação sensacionalista. Existindo ainda publicações que não possuem fonte, sendo estas quase sempre *fake news*. Portanto, além de chegar a fonte, é necessário checar de qual fonte este autor baseia-se, principalmente na tradução de notícias providas de sites internacionais.

De acordo com essas notícias, acabam por ganhar mais legitimidade e alcance. Este alcance, na maioria dos casos pode ser impulsionado por programas computacionais, que replicam as *fake news* para uma grande gama de usuários em um curto período de tempo (SERRA, 2018).

Silva (2010) complementa à citação anterior, enfatizando que as redes sociais vêm sendo utilizadas em larga escala como ferramenta de comunicação, expressão e propagação de informações na rede. Para o autor, redes sociais são:

Uma estrutura social constituída por nós (no qual geralmente são pessoas, organizações e até conceitos) que são vinculadas por um ou mais tipos específicos de relações, como valores, visões, ideias, amigos, gostos, tipo sexual, entre outras características que agrupam os indivíduos por afinidades. As redes sociais encaram os relacionamentos sociais em termos de nós e laços. Os nós são os indivíduos de dentro das redes, e os laços são os relacionamentos entre os indivíduos. Pode haver vários tipos de laços entre os nós (KISO, s/d, p. 31 apud SILVA, 2010)

Para Wardle e Derekshan (2017), as redes sociais vem se popularizando cada vez mais entre os usuários da Internet e um dos fatores que acaba propositalmente confundido o usuário da rede ao ver uma informação é o fato na maioria das situações, sites de informações falsas serem idênticos a sites renomados de jornalismo, o que resulta na pessoa compartilhá-la em suas redes sociais para familiares e amigos, que, por terem um laço de afinidade, acabam tomando por verdadeiras tais informações, guiando-os por meio de um complexo ecossistema informacional.

Nesta linha de raciocínio, com uma possibilidade de comunicação mais ágil entre os indivíduos independentemente da localização geográfica e em meio a um cenário de mudanças confusas e incontroláveis, manifestando-se uma tendência nas pessoas de se reunirem em grupos sociais visando compartilhar interesses em comum.

Segundo Neudert Bence Kollanyi (2017), as *fake news* são disseminadas no âmbito digital por 3 grupos principais, sendo eles: usuários de redes sociais, tais como *Facebook*, *Twitter* e *Whatsapp*. Através delas, jornalistas e/ou internautas tentam influenciar a opinião pública e em larga escala têm-se a disseminação através das redes de *bots*, *cyborgs* e *bots* políticos. Para a Universidade de Oxford, mais da metade do tráfego nas redes é feito por *bots*.

Sob este ponto de vista, as *fake news* circulam pela Internet, rapidamente espalhando-se principalmente nas redes sociais e através da comunicação em outras plataformas digitais. De acordo com Rais (2017), as notícias falsas não são uma novidade, visto que ganharam importância diante do seu alto poder de disseminação de conteúdo e seu forte impacto na sociedade.

No Brasil, por exemplo, na campanha presidencial de 2014, o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff marcou os debates sobre a temática, chamando a atenção da imprensa para tal assunto, percebendo-se a emergência de se entender o que seriam, até então, as chamadas *fake news* (LOBATO; HUREL, 2018, *online*).

Lavarda, Sanchonete e Silveira (2016) complementam à citação anterior, afirmando que três das cinco notícias mais partilhada no *Facebook* eram falsas, conforme o Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP), que investigou o desempenho de 8.290 reportagens, publicadas por 117 jornais, revistas, sites e *blogs* de notícias entre o período de 12 a 16 de abril de 2016.

Deste modo, as *fake news* podem ser consideradas não apenas em termos de forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos de infraestruturas mediadoras, plataformas digitais e culturas participativas que facilitam a

disseminação. Neste teor, o significado das *fake news* não pode ser totalmente compreendido fora da sua circulação *online* (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Bounegru *et al* (2017), cita em suas pesquisas que para se tornar *fake news*, eles necessitam mobilizar um alto índice de públicos, incluindo testemunhas, aliados, reações e compartilhamentos, assim como oponentes para contestar, sinalizar e desmenti-los.

A relação entre as redes sociais e a disseminação das *fake news* também é destacada, por exemplo, no relatório da *Digital News Report*, do *Reuters Institute*, que analisou a opinião de utilizadores de 36 países, onde Newman *et al* (2017, p.9) em suas pesquisas, aponta que os dados qualitativos sugerem que os utilizadores sentem que “a combinação de ausência das regras e algoritmos estão encorajando a propagação rápida de conteúdos de baixa qualidade e, conseqüentemente *fake news*”.

Todavia, é importante salientar que nem sempre nestas situações, os usuários irão concordar e compactuar com estas ideias compartilhadas pela rede. Castells (2004, p.149) frisa o uso da rede como um meio de transformação da sociedade através dos movimentos sociais articulados por meio dela:

A Internet fornece a base material que permite a esses movimentos engajarem-se na produção de uma nova sociedade. Ao fazê-lo, eles transformam por sua vez a Internet: de ferramenta organizacional para as empresas ela se converte também numa alavanca de transformação social — embora nem sempre nos termos buscados pelos movimentos sociais, e nem sempre, aliás, em defesa dos valores que você e eu compartilharíamos necessariamente.

Isto denota a necessidade de a desordem informacional ser reconhecida como um problema da era da informação, pois ao invés de ser um instrumento fortalecedor da democracia por meio da promoção do conhecimento e participação dos cidadãos, o uso das redes sociais na propagação das *fake news* tendem a ampliar a crise da legitimidade política, uma vez que, fornece uma plataforma de lançamento mais ampla para a política do escândalo (OLIVEIRA, 2019).

As redes sociais são estruturadas pelo compartilhamento do conteúdo emocional, de modo que ao compartilhar algo e receber *likes*, comentários e compartilhamentos, o cérebro do usuário libera pequenas quantidades de dopamina, o que o faz sentir-se realizado e cada vez mais compartilhar coisas que corroborem com as atitudes que prevalecem dentro do seu círculo social e, uma vez que, uma mensagem é distribuída, ela pode ser reproduzida e redistribuída infinitamente, por agentes diferentes e com motivações também diferentes (WARDLE; DEREKSHAN, 2017).

Diante deste contexto, a própria forma como os *links* são partilhadas nas redes sociais dificulta a identificação da natureza dos conteúdos em circulação. O cenário torna-se propício para a difusão das *fake news*, pois conforme explica Chen, Conroy e Rubin (2015), em redes sociais como o *Facebook*, um artigo do *The New York Times* apresenta-se da mesma forma que um artigo do *The Onion*, e qualquer um pode vir com o endosso do amigo que o compartilhou.

Serra (2018) aponta ainda que, as redes sociais como o *Facebook* possibilitam aos usuários modificar o título de reportagem antes de compartilhá-las, podendo adicionar uma manchete sensacionalista ou até mesmo falsas. Como foi o caso de uma postagem que teve o seu título como “Dólar fecha a R\$ 3,86, de olho em cenário no Brasil e dados do EUA, alterado apenas como brincadeira, para “Dólar fecha em a R\$ 3,86 e vai ser muito problemático para todo mundo”. Desta forma, muitos usuários que realizaram o compartilhamento não chegaram a ler a notícia na íntegra e só compartilharam tendo como base a manchete.

Logo, mensagens neste tipo de rede social, torna mais fácil o compartilhamento deste tipo de conteúdo de as pessoas terem um sentimento de pertencimento facilitar a disseminação de tal conteúdo. De acordo com o mesmo estudo, esta mentalidade tribal explica em partes, porque muitos usuários das redes sociais distribuem a *disformation* mesmo quando eles não necessariamente confiam na veracidade da informação que estão compartilhando, pois eles apenas querem estar incluídos em um grupo e, para isso, comportam conforme os valores daquele determinado grupo (OLIVEIRA, 2019).

Entretanto, Tandoc *et al* (2017) demonstra que as pessoas confiam primeiramente no próprio julgamento das fontes e da mensagem para atestar a veracidade de um conteúdo. Quando isto não se mostra suficiente, buscam-se fontes externas para tentar esta autenticação, sejam elas interpessoais e/ou institucionais. Nesta fase, o volume de partilhas e potencial de viralidade são consideradas como métricas de autenticidade e não tão somente de popularidade.

Em seguida, são citados exemplos de notícias falsas que circularam amplamente no ambiente virtual, especialmente no *Facebook*. É importante ressaltar o período pré-eleitoral nos EUA em 2016 (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Uma pesquisa divulgada pelo *Pew Reserach Center* em 26 de maio do mesmo ano demonstrou que 62% dos adultos daquele país acedem a notícias através das redes sociais, e 18% o fazem com alta frequência. Já, em uma nova edição do levantamento, divulgada em setembro de 2017, revelou aumento para 67%, enquanto os que veem as notícias de forma frequente, passaram a ser de 20%. Por fim, outra pesquisa, de novembro de 2017, afirmou que 79% dos estadunidenses entrevistados utilizam o *Facebook*, mais que o dobro dos utilizadores de outras redes: *Instagram* 32%, *Pinterest* 31%, *Linkedin* 29% e *Twitter* 24% (DELMAZO; VALENTE, 2018).

Partiu-se então que, no decorrer desta seção que a Internet ampliou a possibilidade de interatividade do usuário. Estes produzem e compartilham todo o tipo de conteúdo e expõem a sua subjetividade cada vez mais via redes sociais. Após, políticos expõem também as suas ideias e conseguem ter um alcance muito maior, um exemplo disto é que nunca antes se pôde conhecer a subjetividade de um presidente tão de perto quando ele comenta fatos via *Twitter*, criando *hashtags* e utilizando as potencialidades da tecnologia para propagar os seus pensamentos.

## **2.2 As propagações das *fake news* na Internet**

Embora a disseminação de notícias falsas seja um grande problema para a sociedade, não há uma punição tipificada como crime no Código Penal Brasileiro e nem sequer há uma lei específica para lidar com este assunto, limitando a sua

discussão e questionando a capacidade de a Legislação Penal Brasileira, embora passando por atualizações no decorrer do tempo, acompanha a complexidade das relações proporcionadas pela tecnologia (JORA; FISCHBORN, 2019).

Segundo Vinicius-Filho (2016), antes, acreditava-se que a Internet era uma “terra sem lei”, com tudo permitido, dado o fato de ser impossível e/ou muito difícil em alguns casos, descobrir a identidade de alguém. O autor realça a deficiência do Direito Penal tradicional na luta contra a criminalidade virtual, sendo o Código Penal e a legislação penal especial afetados por esta nova visão, em meio que o Direito Penal é vigorosamente ligado à questão da soberania social, enquanto a Internet, por sua vez, não conhece Estado, visto que é a manifestação de uma verdadeira “aldeia global”.

Partindo deste problema, deve-se refletir acerca dos métodos de interpretação e integração da lei que autoriza a aplicação desta legislação para a penalidade em casos de propagação de *fake news* e/ou se existe ainda um conflito insuperável com o princípio constitucional da legalidade, denominando a legislação penal pátria (OLIVEIRA, 2019).

Logo, a Internet passa a ser vista apenas como o meio pelo qual o crime pode estar tipificado no código que foi cometido. Deve ser lembrando ainda que produzir *fake news* com o objetivo de enganar ou manipular o usuário da Internet, apesar de ser uma conduta que cause impactos drásticos ao meio social, não é algo tipificado na Lei Penal. Uma alternativa seria o uso de meios interpretativos e integrativos do Direito para a solução dos casos (OLIVEIRA, 2019).

Neste viés, nota-se uma deficiência de tipificação quanto à propagação de *fake news* via Internet e ao mesmo tempo um risco à democracia e a credibilidade da informação que entra em debate á medida em que os seus efeitos são notados rotineiramente. Em passos curtos, entretanto significativos, o ordenamento jurídico tenta-se adaptar para suprir as lacunas.

Retornando à temática pertinente, Tiago Angelo (2019) corrobora que o Governo Federal promulgou, na data de 11 de novembro de 2019, a Lei nº 13.834/19

que tipifica o crime de denúncia caluniosa como um objetivo eleitoral. Esta regra pune de dois a oito anos de prisão, quem divulgar *fake news* contra candidatos em eleição.

Cabette (2019) *apud* Oliveira (2019, p.52) complementa à citação anterior, evidenciando que originalmente, no texto desta lei há um parágrafo que enunciava que:

“§ 3º [...] incorrerá nas mesmas penas deste artigo quem, comprovadamente ciente da inocência do denunciado e com finalidade eleitoral, divulga ou propala, por qualquer meio ou forma, o ato ou fato que lhe foi falsamente atribuído [...]. No entanto, este texto, foi vetado pelo Poder Executivo.

O doutrinador alerta ainda que este veto foi derrubado pelo Congresso Nacional, de modo que a propagação e/ou divulgação da “denúncia caluniosa eleitoral” segue como indiscriminada.

Nesta perspectiva, como analisado durante a seção presente, o problema da desinformação vai além da manipulação do eleitor, preocupando-se com a democracia do país em um cenário em que a segurança na informação jornalística vem decaindo. Portanto, torna-se essencial definir os limites e compreender os impactos da desinformação para que os internautas que estão expostos a milhares de informações falsas não se sintam inseguros quanto à veracidade e credibilidade das mesmas em todos os âmbitos de suas vidas sociais.

### **2.3 A influência da divulgação das *fake news* no pensamento dos usuários**

A concepção de liberdade de opinião não está definida de forma clara pelos doutrinadores, visto que existem algumas divergências quando a possibilidade ou não de uma conceituação própria, de modo que seja considerado apartado ao direito de expressão, ao qual está intimamente ligado (LIMA, 2018).

Em seguida, Torquato (2013) ressalta que o comportamento das organizações públicas em relação à comunicação externa, sobretudo a relação delas e de seus agentes políticos com a sociedade, que segundo o autor é de grande valia,

visto que a população recebe influência direto dos processos sociais, econômicos, culturais e políticos.

Ainda nas reflexões de Torquato (2013), o pensamento dos usuários surge basicamente das ideias e crenças individuais que vão aglomerando-se em núcleos e, expandindo-se de forma vertical dentro das classes sociais, e horizontalmente em espaços geográficos, conduzidos pelos meios de comunicação que se expandem por meio dos fatos. O autor também define como a opinião pública é determinada por meio dos fatores que a norteiam.

Segundo Lima (2018), a comunicação sobre fatos pressupõe um juízo valorativo sobre a fonte de informação e uma seleção do que é relevante, os quais podem acabar influenciando no pensamento dos usuários destinatários. Conforme o autor, o pensamento dos usuários tem como base o lançamento e a estrutura da indústria de comunicação, composta pelos canais de televisão, emissoras de rádio, jornais e revista, dentre outros, que se organizam para proteger os grupos da sociedade.

Sob este ponto de vista, os impactos provocados pela opinião pública possuem relação com a sociedade em massas, que na maioria das situações há uma propensão para o conformismo mesmo com uma sociedade atendida e lotada de informações. Posteriormente, é de extrema importância que o comunicador identifique a relação da massa diante dos fatores a serem apresentados (MATIAS, 2019).

Para Torquato (2013, p.84):

Uma comunidade de públicos exerce uma consciência crítica, tem harmonia de interesses, discute racionalmente as questões, e seus interlocutores integram-se no feedback da comunicação simultânea. Na sociedade de massas, essas condições são impossíveis. A massa não tem autonomia em relação às fontes e o discurso massivo não permite feedback imediato.

Assim sendo, estes são conceitos básicos, especialmente sobre as *fake news* e quem lida com elas durante o dia-a-dia e, conseqüentemente seu impacto na comunicação política.

Por fim, diante do direito de informação (consiste na liberdade de receber informações íntegras, verídicas e contínuas e sem impedimentos), este ganha importância imprescindível no contexto atual, onde as notícias falsas se espalham em grande velocidade, violando o direito da população de ser bem informado e poder, partindo disto, criar um juízo de valor independente sobre a sociedade a sua volta (LIMA, 2018).

## CAPÍTULO III – AS FAKE NEWS EM PERÍODO ELEITORAL

Este capítulo tem por objetivo destacar os maiores exemplos de *fake news* eleitoral e suas devidas consequências, descrever como a *fake news* afeta diretamente a vida pessoal e profissional de um candidato, bem como, delinear os métodos e plataformas para reduzir a propagação de *fake news*.

### 3.1 Os maiores exemplos de *fake news* eleitoral e suas consequências

De acordo com Lara Pontes Juvêncio Pena (2018), diante da situação política altamente polarizada entre Hillary Clinton e Donald Trump nas eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos, Hillary Clinton, ex-presidente dos EUA e candidata por meio do partido democrata, era visto por apoiadores como a alternativa mais progressista e também por ser a primeira mulher presidente dos Estados Unidos.

Em outra vertente, o candidato republicano Donald Trump, empresário, bilionário e personalidade da TV, era visto pelos demais como uma mudança necessária no governo democrático e, tinha o objetivo de voltar aos valores mais conservadores do país, isto é, um olhar voltado para a população rural branca que perdia empregos e notoriedade diante das novas concessões de valor dados a grupos minoritários – comunidades de raça, LGBT – graças a políticas mais progressistas. Portanto, nota-se que cada espectro político desprezava completamente o outro.

Neste caso, inserindo-se no enorme leque de rejeições políticas e de enorme participação eleitoral na Internet, – o então presidente Donald Trump fica reconhecido por utilizar a rede social *Twitter* como uma de suas plataformas de

comunicação favoritas, e com interferência da Rússia, no governo do então presidente Vladimir Putin, onde as *fake news* pautaram efetivamente os rumos destes candidatos (PENA, 2018).

Luke Harding (2016) reforçou essa ideia, enfatizando que a divulgação por e-mail enfraqueceu significativamente a candidatura de Clinton e explorou o caminho do resto da campanha presidencial, ao expor Donald Trump e as ligações entre a Rússia que foram apoiadas por Putin.

Denota-se também que vários jornalistas e pesquisadores sobre o assunto também afirmaram que a interferência de Putin na eleição presidencial de 2016 foi uma forma de minar os Estados Unidos ao eleger o relacionamento crescente de Trump com os Estados Unidos.

Durante a eleição de 2016, surgiram várias *fake news* que tiveram suas criações remetidas desde a Rússia até os Estados Unidos no ano de 2016 a favor de Donald Trump. Somente no Facebook, 115 notícias falsas de apoio a Donald Trump foram compartilhadas 30 milhões de vezes e 41 notícias falsas da história de Clinton foram compartilhadas 7,6 milhões de vezes (SOLON; SIDDIQUI e ALLCOTT; GENTZKOW, 2017).

Nicolly Luana Carneiro Gomes (2018) propôs outra situação, as eleições de 2018 no Brasil, onde o autor refere-se que é possível resumir as eleições de 2018 em um único parágrafo, onde fez-se necessário informar que esses eventos são causados por *fake news*, desinformação, manipulação de imagens, conspiração e áudios preconceituosos, potencial polarização ideológica e ataques sistemáticos a artistas que expõem suas posições políticas, ou seja, uma verdadeira guerra político-cultural imposta.

Luciana Coelho (2018) é consistente com a afirmação anterior de que a taxa de rejeição foi maior do que a taxa de aprovação e a taxa de participação foi muito maior do que os votos negativos, onde parte da população votou contra um candidato como repúdio a outro candidato, afinal mesmo no primeiro turno quando

havia 9 candidatos de partidos políticos diferentes, o segundo turno (de fato ocorreu) entre os candidatos Fernando Haddad e Jair Bolsonaro foi antecipado.

Dessa maneira, inúmeras pessoas, firmaram o seu voto, baseadas em histórias, dados e alterações falsas, distorcidas, sem qualquer comprovação, tendenciosas, alteradas digitalmente, inserindo resultados de votação com visões erradas, com a finalidade de tumultuar o processo eleitoral, podendo vir a trazer consequências de intensidade imprevisível, principalmente no que se refere ao futuro do país, uma vez que, pessoas más informadas, conseqüentemente, tomaram más decisões. Deste modo, a legítima informação é o pilar central no que se refere à tomada de decisões (GOMES, 2018).

Conforme Miguel Lago (2018), neste período, o principal influenciador da opinião pública foram as notícias veiculadas pela rede social *Whatsapp*, que, na maioria das vezes, eram falsas, obviamente anticoncorrenciais e beneficiavam Jair Bolsonaro.

A candidatura do mesmo teve como principal plataforma a *internet*, uma vez que sua candidatura como personagem teve mais força que o seu pequeno Partido Social Liberal (PSL), dispoñdo de diversos horários de propaganda eleitoral gratuita nas redes televisivas e tendo o candidato promovendo discursos contra várias mídias brasileiras consolidadas, como o caso da Rede Globo de Televisão (LAGO, 2018).

Portanto, as qualificações e pontos fortes obtidos pelos candidatos comprovam a poderosa influência da Internet na nova situação política e como ela se tornou um competidor efetivo da mídia tradicional brasileira ao compartilhar notícias com pessoal e fontes não certificadas (LAGO, 2018).

Todavia, pode-se dizer, que a rainha das *fake news* das eleições presidenciais de 2018 no Brasil, foi a história do “kit gay”, onde muitos dos quais, inclusive o candidato Bolsonaro (PSL), espalharam a informação de que o candidato Fernando Haddad (PT) seria o criador do “kit gay” para crianças de seis anos, e que este mesmo kit seria distribuído dentro das escolas públicas (GOMES, 2018).

Sob este ponto de vista, tendo em vista o fato de tal notícia ser sabidamente inverídica, em meio que o livro jamais chegou a ser adotado pelo Ministério da Educação (MEC), a difusão da informação equivocada acerca da distribuição do livro gerou desinformação no período eleitoral com prejuízo ao debate político (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2018).

Além disto, em outubro de 2018, poucos dias anteriores à votação do segundo turno para a presidência do Brasil, disputada entre Haddad (candidato pelo PT) e Bolsonaro (PSL), foi publicado no Jornal Folha de São Paulo, que através de contratos de 12 milhões reais, foram comprados pacotes de publicidades de *fake news* contra a candidatura de Haddad e em favor de Bolsonaro (GOMES, 2018).

Portanto, vêm a se tornar uma prática ilegal e conceituada de Caixa (2), visto que foi possível deparar com as consequências políticas do advento das *fake news*, em meio que se questiona não somente o Direito Eleitoral e suas relativas decisões judiciais, como também o ordenamento jurídico brasileiro, porque se trata de um tema tão inovador e ao mesmo tempo fundamental (GOMES, 2018).

De acordo com essa inferência, notícias falsas são um método eficaz de manipular a opinião pública e são mais usadas como meio de poder político. Para Snyder (2018), uma das principais intenções das *fake news* é voltar a si própria tornando o povo mais cético, ou seja, *fake news* que disseminam que outras notícias/portais de notícias que não “os seus” são notícias falsas. Deste modo, trazendo a lealdade do povo à suas pautas e que, portanto, não se deve confiar em qualquer um, criando, conseqüentemente, um momento histórico da pós-verdade e da guerra da informação.

Em matéria de Carolina Linhares citada por Linconl Dias Veras Lima (2018) para o jornal Folha de São Paulo, Felipe Nunes demonstrou um estudo que enfatizou que as pessoas têm tanta certeza e estão convencidas, que dizer a elas que é mentira não faz a mínima diferença. Esta pesquisa mostra que, em muitos casos, a simples correção de notícias falsas não é suficiente para mudar a opinião das pessoas que

receberam notícias falsas, mas só pode aumentar a suspeita dos leitores sobre as notícias recebidas.

Diante deste contexto, as *fake news* são uma forma de ter autoridade na formação da opinião pública e tem um impacto profundo no governo democrático em particular. Hoje, os governos autoritários governados pelo voto são diversos e, na verdade, existem como uma nova forma de autoritarismo e uma nova ferramenta política.

Seu principal aspecto é que além de se tornar simplesmente um governo autoritário, pode também estabelecer uma imagem democrática e manter um grau considerável de reconhecimento público, ou seja, pode manipular as opiniões do povo por meio da mídia (LIMA, 2018).

Finalmente, por meio da estreita relação com a onda global de totalitarismo e as funções de governos ditatoriais como Vladimir Putin na Rússia, Victor Orban na Hungria, e as voltas e reviravoltas à exemplo do Brexit, bem como, a saída do Reino Unido da União Europeia, as *fake news* trouxeram resultados políticos satisfatórios.

### **3.2 A *fake news* e o impacto na vida pessoal e profissional de um candidato**

A sociedade, de um modo geral está cada vez mais conectada, e por conta disto, as notícias acabam se espalhando em um ritmo acelerado, entretanto, com esta facilidade de comunicação surge o problema das notícias falsas, que pode resultar em prejuízos irreparáveis a população. Deste modo, visando combater este mal, vários projetos de lei têm sido apresentados com a finalidade de solucionar o problema (LIMA, 2018).

A propagação das *fake news* é uma das ferramentas de influência política mais utilizada, sendo esta combatida por meio de organizações aplicáveis a espécie. Mesmo com o Marco Civil da Internet, ainda não existe uma Lei Específica para quem dissemina *fake news*. Todavia, se a notícia for publicada em tempos eleitorais, a pessoa ou grupo contratado para ofender a honra e/ou denegrir a imagem do

candidato, aplica-se no disposto da Lei 12.891/2013, com pena de até 2 a 4 anos de prisão, como também, multa de 15 a 50 mil reais (PARCIANELLO et al. 2018).

Segundo Sandro Thadeu (2020), as *fake news* e as mentiras de caráter político são mais recorrentes do que se pensa. Mais uma vez, eles ganham evidência com a proximidade das eleições. Isto é, se antes, era comum o surgimento de jornais apócrifos para prejudicar a imagem de um determinado candidato, a sofisticação nas campanhas e o avanço da tecnologia permite que fatos distorcidos e sem fontes confiáveis chegassem em questão de segundos a várias pessoas por meio das redes sociais.

É por isto, que entrou em vigor no ano passado, a Lei Federal nº 13.834/19 que prevê pena de até oito anos de prisão, além de multa, para quem denunciar uma notícia falsa com finalidade eleitoral. Também fica sujeito a estas penas, o cidadão que tiver ciência do acusado e, mesmo assim, compartilhar notícias falsas sobre o candidato (THADEU, 2020).

Deste modo, as notícias falsas rapidamente se espalham, afinal segundo Eduardo Quirós (2017), as notícias falsas rapidamente se espalham, porque costuma ser emocionalmente atraentes e/ou reforçam algum ideal político que ajudam a cimentar crenças e por isto são amplamente compartilhadas e comentadas antes mesmo que os usuários chequem as devidas fontes das notícias. Portanto, quem acreditava que a notícia era verdadeira passou a cooperar com a disseminação da mesma.

Diogo Rais (2017), complementa ainda que para disseminar as *fake news*, o processo é corriqueiro e na maioria das situações, utiliza-se um grupo de usuários que tenham o mesmo pensamento ideológico, para reforçar a corrente da opinião pré-existente.

Neste contexto, é fácil encontrar exemplos na esfera política, especialmente no Brasil, onde grupos de diferentes ideologias políticas começaram a espalhar *fake news* para desacreditar os representantes políticos e/ou candidatos. Portanto, uma estratégia de manipulação da informação foi formulada para dar ao

eleitor um determinado status ideológico, ou seja, para influenciar o campo político (RAIS, 2017).

Neste teor, uma outra importante medida tomada pelo Tribunal Superior Eleitoral, foi a confecção da Resolução 23.610/2019, que trouxe algumas inovações. Ela prevê que o candidato, partido e/ou coligação verifique a veracidade da informação nas propagandas eleitorais, inclusive veiculadas a terceiros. Logo, se um erro for cometido, o candidato poderá ter um direito de resposta (THADEU, 2020).

Dessa maneira, diante das inovações, os eleitores e simpatizantes de partidos ou candidatos precisam ter o bom senso antes de compartilhar as informações, uma vez que, as *fake news* afetam a capacidade das pessoas de fazerem um voto consciente e embasado com informações verídicas, favorecem para uma lisura no processo de escolha dos governantes e contribui para a imagem positivas dos candidatos. Após, diante dos meios, a vida pessoal encontrara-se do candidato é preservada.

### **3.3 Métodos e plataformas para reduzir a propagação da *fake news***

Como forma de combater esse tipo de informação, surgiram alguns métodos e plataformas que, em conjunto com as empresas que cooperam com o Fact-Checkin, procuram orientar as pessoas para que não compartilhem tais informações. Nessas ações, pode-se enfatizar o seguinte: agências jornalísticas, Checagem Lupa e Aos Fatos, manual da UNESCO intitulado "*Journalism, Fake News e Desinformation*", bem como, a cartilha da IFLA de como entender notícias falsas, dentre outros (SILVA, 2019).

Em primeiro lugar, devo citar o Hoaxy, ferramenta desenvolvida pelo IUNI e CNetS, que tem como objetivo principal visualizar a publicação online de artigos. Você pode encontrá-los no Twitter ou no comunicado e verificar os fatos relevantes (HOAXY, 2018, *online*).

Suas principais funções incluem: existem dois modos de pesquisa (*Hoaxy API e Twitter Search API*), onde a pesquisa rastreia o compartilhamento social de links

de histórias publicados por dois tipos de sites, sendo os de baixa credibilidade e organização que, independentemente da checagem dos fatos, a principal fonte de dados é o *Twitter*, isto é, o *Hoaxy* acessa apenas *tweets* públicos, por isso é de código aberto (HOAXY, 2018, *online*).

Neste caso, a IFLA também expressou preocupação com o aumento e frequência de notícias falsas em conjunto com outras organizações no mundo. Por exemplo, em 2018, a agência desenvolveu um infográfico em vários idiomas para orientar como identificar possíveis notícias falsas em 08 etapas (IFLA, 2018, *online*).

Essas dicas disponíveis foram extraídas de um artigo publicado via Fact Check.org em 2016, intitulado "*How to Spot Fake News*". Além de publicar infográficos, a IFLA também publicou um blog onde tópicos relevantes são discutidos (IFLA, 2018, *online*).

Por outro lado, Carolyn Berger et al. (2018) cita em seus estudos que a UNESCO no ano de 2018 lançou o material intitulado *Journalism, Fake News e Desinformation* composto por 07 módulos, que envolvem tópicos como a desinformação, *fake news*, etc. O manual é um modelo curricular de relevância internacional que pode ser adaptado e adotado e pode dar conta da existência universal da sociedade, especialmente o problema de distorção da informação global enfrentado pelo jornalismo.

Para Egle Muller Spinelli e Jéssica de Almeida Santos (2018), o *Fact-Checking* ganhou muitos insights durante o período político no Brasil e em vários países. No entanto, esta é uma forma de análise das notícias do jornalismo. Inclui verificar fatos e comparar histórias com dados, registros e pesquisas. As agências Lupa e Aos Fatos foram o destaque do Brasil ao comentarem a *Fact-Checking*.

Ainda nas visões de Egler Muller Spinelli e Jéssica de Almeida Santos (2018), a agência Lupa, por sua vez, possui uma equipe composta por diversos profissionais de diversas áreas, principalmente jornalistas, que seguem métodos próprios de trabalho, desenvolvidos a partir da implantação bem-sucedida da plataforma de *Fact-Checking*.

A partir de maio de 2018, a Lupa expandiu seu trabalho para o campo de *debuking*, ou seja, verificação de conteúdo publicado por fontes não aprovadas. A decisão foi tomada após a adesão da empresa ao projeto de verificação de notícias.

Fátima Rafaela de Silva (2019) afirma em seus estudos, a Fátima é um projeto de inteligência artificial e inspeção automatizada da agência Aos Fatos. Na versão *chatbot* do Messenger, é projetado para fornecer avisos para que os consumidores de notícias na Internet possam verificar informações de forma independente e possam se espalhar na rede de maneira segura e confiável sem a necessidade de um intermediário. É desenvolvido em código aberto e pode interagir com cada usuário de forma personalizada por meio do processamento da linguagem Natural (PNL).

Finalmente, Emergent também deve ser mencionado, que é um rastreador de rumores em tempo real. Isso faz parte de um projeto de pesquisa do Centro de Apoio ao Jornalismo Digital da Universidade de Columbia, que se concentra em como relatar informações não confirmadas e rumores na mídia. Tem como objetivo desenvolver melhores práticas para encobrir desinformação (EMERGENT, 2019, *online*).

Por conseguinte, compreende-se é imprescindível uma melhor regulamentação sobre a propagação de informações na internet, de forma a evitar que a sociedade se sinta insegura ao acessar informações por meio deste meio.

## CONCLUSAO

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão teve como visão essencial uma busca (à luz da doutrina, legislações e jurisprudência) através de ponderações diante do impacto das fake *news* no processo eleitoral e como este se relacionada com o direito à liberdade de expressão.

Sob este ponto de vista, a eleição pode ser vista como uma democracia e um ato de cidadania, em meio que diante da sua prática, são abertas novas possibilidades de escolha de representantes e governantes que devem, diante de tudo, atingir os interesses da sociedade.

Dados estes aspectos, as infelizmente, as fake *news* vem ganhando um espaço lucrativo, especialmente no âmbito eleitoral, impulsionada pelas mídias sociais e pela polarização política, havendo, portanto, uma necessidade urgente de combater estes fenômenos, observando, entretanto, até que ponto esta iniciativa fere o Direito Constitucional e, conseqüentemente a liberdade de expressão.

Neste viés, é imprescindível denotar que a temática das fake *news* é de suma importância, pois o debate aqui discorrido apresenta, que por menor que seja, a formação de uma estrutura tendente pode contribuir para próximos eleitorados, que atualmente já encontram-se ameaçados pelo malefício das fake *news*.

## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE JORNALISMO - ANJ. **Maiores jornais do Brasil**: ano 2009. Disponível em: <anj.org.br>. Acesso em: 10 fev. 2020.
- ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and Fake News in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, v.31, n.2, p. 211-236, 2017.
- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- ANGELO, Tiago. **Lei que pune fake news eleitoral é promulgada após Congresso derrubar veto: BOLSONARO CONTRARIADO**. 2019. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2019-nov-11/governo-federal-promulga-lei-pune-fakenews-eleitoral/>>. Acesso em: 02 set. 2020.
- ANTHEAUME, Alice. **Relatório de Notícias digitais 2017**: France. Disponível em: <[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)> pp. 68. Acesso em: 25 ago. 2019.
- ARISTÓTELES, Retórica, Lisboa, **Imprensa Nacional** – Casa da Moeda, p. 26-32, 1998.
- BARROSO, Luís Roberto. **Liberdade de Expressão, Censura e Controle da Programação de Televisão na Constituição de 1988**, in Temas de Direito Constitucional, 2001.
- BERGER, Carolyn. et al. School Professionals' Knowledge and Beliefs About Youth With Chronic Illness. *Journal of School Health*, v.88, n.8, p.615-23, ago. 2018. Disponível em: <https://onlinelibrary-wiley.ez31.periodicos.capes.gov.br/doi/full/10.1111/josh.12646>. Acesso em: 05 set. 2018.
- BINENBOJM, Gustavo. **Meios de comunicação de massa, pluralismo e democracia deliberativa**: as liberdades de expressão e de imprensa nos Estados Unidos e no Brasil. 2013. Disponível em: <[http://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj\\_online/edicoes/revista23/revista23\\_360.pdf](http://www.emerj.tjrj.jus.br/revistaemerj_online/edicoes/revista23/revista23_360.pdf)> Acesso em 26 ago. 2019.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos Direitos**. Turim, Itália: 1992. Trad. Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Ed. Campus, 1990.
- BOUNEGRU, L et al. **A Field Guide to Fake news**. *Public Data Lab*, 2017. Disponível em: <<http://fakenews.publicdatalab.org/>>. Acesso em: 02 set. 2020.
- BRANDÃO, Elizabeth Pazito. **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real**. Tese de doutorado. UNB, p.38, 1999.

CABETTE, Eduardo Luiz Santos. **Criminalização das fake news: a maior fake new do momento.** 2019. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/76390/criminalizacao-das-fakenews-a-maior-fake-new-do-momento/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

CAMPOS, Lorraine Vilela. **"O que são Fake News?"**; *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm>. Acesso em 19 de junho de 2020.

CARVALHO, Luís Grandinetti. **Liberdade de Informação e o Direito Difuso À Informação Verdadeira.** Renovar: 1997.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura.** v. 1. In: **A Sociedade em rede.** Paz e Terra: São Paulo, 2000.

\_\_\_\_\_, Manuel. **A Internet e Sociedade em Rede.** In: MORAES, D. de (Org). **Por uma outra comunicação.** Mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2004.

CHEN, Y.; CONROY, N.J; RUBIN, V.L. Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as False News. ***Proceedings of ACM Workshop on Multimodal Deception Detection***, p. 15-9, nov, 2015.

COELHO, Luciana. **Só 15% dos eleitores de Haddad e 12% de Bolsonaro votam pensando em propostas.** Jornal Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/so-15-de-eleitores-de-haddad-e-12-de-bolsonaro-votam-pensando-em-proposta.shtml/>. Acesso em: 23 out. 2020.

DARNTON, R. **A verdadeira história das notícias falsas.** *El País*. 2017. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536\\_863123.html/](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html/)>. Acesso em: 02 set. 2020.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L. *Fake news* nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. ***Media e Jornalismo***, v.18, n.32, abr. 2018. Disponível em: <[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2183-54622018000100012/](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012/)>. Acesso em: 02 set. 2020.

EMERGENT. **A real-time rumor tracker.** 2019. Disponível em: <http://www.emergent.info/>. Acesso em: 23 out. 2020.

FARIAS, Edilsom. **Liberdade de Expressão e Comunicação.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

GOMES, Nicolly Luana Carneiro. Uma análise acerca do fenômeno das *fake news* no processo eleitoral e suas interfaces com o direito fundamental à liberdade de expressão. **Universidade Federal da Paraíba**, João Pessoa, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/12855/1/NLCG29112018.pdf/>> . Acesso em: 23 out. 2020.

HARDING, Luke. What we know about Russia's interference in the US election. **The Guardian**, 2016. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/us->

news/2016/dec/16/qa-russian-hackers-vladimir-putin-donald-trump-us-presidential-election/>. Acesso em: 23 out. 2020.

HOAXY. Hoaxy. 2018. Disponível em: <<https://hoaxy.iuni.iu.edu/>>. Acesso em: 23 out. 2020.

IFLA. IFLA. 2018. Disponível em: <<https://www.ifla.org/node/11175/>>. Acesso em: 23 out. 2020.

JORA, Martin Albino; FISCHBORN, Arcenio Ivan. A POSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DA LEGISLAÇÃO PENAL BRASILEIRA PARA COMBATER AS CONDUITAS ILÍCITAS ENVOLVENDO FAKE NEWS E CRIPTOMOEDAS. **Seminário Internacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea**, 2019. Disponível em: <<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/sidspp/article/view/19569/0/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

KISO, Rafael. **Guia de conhecimento para uma estratégia Web 2.0 de sucesso**. s/d Disponível em: <<http://www.scribd.com/doc/14537501/Guia-Completo-para-umaestrategia-WEB-20-de-sucesso>>. Acesso em: 23 out. 2020.

LAGO, Miguel. Bolsonaro traz o futuro prometido. **Revista Piauí**, 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/bolsonaro-traz-o-futuro-prometido/>. Acesso em: 23 out. 2020.

LAVARDA, S; SANCHONETE, C; SILVEIRA, A. Quando as notícias mais compartilhadas são falsas: a circulação de boatos durante a semana do Impeachment no Facebook. **Actas do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, p.1-15, set. 2016.

LIMA, Lincoln Dias Veras. A tênue fronteira entre a tipificação das *fake news* e o cerceamento à liberdade de expressão. **Universidade Federal de Roraima**, Boa Vista, 2018. Disponível em: <<file:///C:/Users/lracy/Downloads/Lincoln%20Dias%20Veras%20Lima%20-%20Monografia%20PDF.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2020.

LOBATO, Luisa; HUREL, Louise Marie. **Os desafios das fake news na América Latina**. 2018. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/ensaio/2018/Os-desafios-das-fake-news-na-Am%C3%A9rica-Latina/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

MATIAS, Sammya Kishimoto Silva. A influência das redes sociais na eleição de cargos políticos: o impacto das *fake news* nas campanhas eleitorais. **IDP**, Brasília, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.idp.edu.br/bitstream/123456789/2721/1/Sammya%20Kishimoto%20Silva%20Matias.pdf>>. Acesso em: 02 set. 2020.

MEYER-PFLUG, Samanta Ribeiro. **Liberdade de expressão e discurso de ódio**. Editora RT: p.3-16, 2009.

MIRANDA, Jorge. **Manual de Direito Constitucional: Tomo IV- Direitos Fundamentais**. Coimbra: Coimbra. Editora, 2008.

NELSON, J. L. Is 'fake news' a fake problem?. **Columbia Journalism Review**, p.31, 2017.

NEUDERT BENCE KOLLANYI, P.N.H.L.M. *Junk news and bots during the german parliamentary election: What are german voters sharing over twitter?* **Comprop**, set. 2017.

NEWMAN, N *et al.* **Reuters Institute Digital News Report 2017**. 2017.

OLIVEIRA, Giovana Coimbra de. A propagação de notícias falsas via Internet e suas implicações jurídicas. **UFT**, Palmas, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/1849/1/Giovana%20Coimbra%20de%20Oliveira%20%E2%80%93%20TCC%20Monografia%20%E2%80%93%20Direito.pdf/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

PARCIANELLO, Fernanda et al. As consequências da veiculação de notícias falsas (*fake news*) em época de eleições. **RMIC**, v.4, n.1, 2018. Disponível em: <https://ulbracds.com.br/index.php/rmic/article/view/2218/>. Acesso em: 23 out. 2020.

PENA, Lara Pontes Juvencio. *Fake news: uma breve análise acerca de sua trajetória internacional, consequências políticas e perspectiva jurídica.* **Revista Dizer**, v.3, n.1, dez. 2018. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/dizer/article/view/39923/>. Acesso em: 23 out. 2020.

PRIOLLI, Gabriel. **A era da pós verdade.** Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/933/a-era-da-pos-verdade> > Acesso em: 23 ago. 2019.

PUCCI, Rodrigo de Toledo. Apuração e checagem de boatos na *web*: O caso do *E-farsas.com*. **Universidade Federal de Ouro Preto**, Mariana, 2016. Disponível em: <[https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/560/6/MONOGRRAFIA\\_Apura%C3%A7%C3%A3oChecagemBoatos.pdf/](https://www.monografias.ufop.br/bitstream/35400000/560/6/MONOGRRAFIA_Apura%C3%A7%C3%A3oChecagemBoatos.pdf/)>. Acesso em: 02 set. 2020.

QUIRÓS, Eduardo A. A era da pós verdade: realidade versus percepção. **Uno**, São Paulo, v. 27, n. 1, p.36-37, mar. 2017. Disponível em: <[http://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO\\_27\\_BR\\_baja.pdf/](http://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf/)>. Acesso em: 23 out. 2020.

RAIS, Diogo. **O que é fake news.** abr.2017. Disponível em: <<http://portal.mackenzie.br/fakenews/noticias/arquivo/artigo/o-que-e-fake-news/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

SÁ, Nelson De. **Como os grandes jornais e as mídias sociais tentam responder à invenção deliberada de fatos.** 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859992-como-os-grandes-jornais-e-as-midias-sociais-tentam-responder-a-invencao-deliberada-de-fatos.shtml>> Acesso em: 22 ago. 2019.

SERRA, Alynne Moreira. *Fake News: Uma discussão sobre o fenômeno e suas consequências.* **Universidade Federal do Maranhão**, São Luís, dez. 2018.

Disponível em:

<<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/3466/1/ALYNNE-SERRA.pdf/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

SERRA, Paulo, **A Internet e o mito da visibilidade universal**, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Disponível em: 23 out. 2020.

SILVA, Fatima Rafaela de. Análise de fontes de informação como critério no combate à desinformação e *fake news*. **Universidade Federal do Rio Grande do Norte**, Natal, 2019. Disponível em: <[https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/9079/1/AnaliseDeFontesdeInformacao\\_Silva\\_2019.pdf/](https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/9079/1/AnaliseDeFontesdeInformacao_Silva_2019.pdf/)>. Acesso em: 23 out. 2020.

SILVA, S. Redes Sociais Digitais e Educação. **Revista Iluminart. IFSP**, v. 1, p. 36-46, ago. 2010. Disponível em: <<http://revistailuminart.ti.srt.ifsp.edu.br/revistailuminart/index.php/iluminart/article/view/97/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

SNYDER, Timothy. **The road to unfreedom: Russia, Europe, America**. Estados Unidos da América: Tim Duggan Books, 2018.

SOLON, Olivia; SIDDIQUI, Sabrina. Russia-backed Facebook posts 'reached 126m Americans' during 2016 election. **The Guardian**, 2017. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/30/facebook-russia-fake-accounts-126-million/>. Acesso em: 23 out. 2020.

SOUSA, Américo de. **A retórica da verdade jornalística**, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/>>. Acesso em: 23 out. 2020.

SPINELLI, Egle Muller; SANTOS, Jéssica de Almeida. JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE: *fact-checking* como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, v.4, n.3, p. 759-782, abr. 2018. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4629/>. Acesso em: 23 out. 2020.

TANDOC, JR *et al.* Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. **New Media & Society**, 2017.

THADEU, Sandro. *Fake news* geram preocupação no cenário eleitoral. **Jornal A Tribuna**, 2020. Disponível em: <https://www.atribuna.com.br/cidades/fake-news-geram-preocupa%C3%A7%C3%A3o-no-cen%C3%A1rio-eleitoral-1.106728/>. Acesso em: 23 out. 2020.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2ª Ed. revista e ampliada - São Paulo: Cengage Learning, 2013.

TORRES, Cleyton Carlos. **O novo perfil do consumidor de notícias**. Observatório da Imprensa. 2010. Disponível em:

<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=587ENO003>>. Acesso em 02/08/2019.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições discute impacto das fake news**. 2018. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Outubro/conselho-consultivo-sobre-internet-e-eleicoes-discute-impacto-das-fake-news/>. Acesso em: 23 out. 2020.

VINICIUS-FILHO, Eduardo Tomas. Marco Civil da Internet: uma lei sem conteúdo normativo. **Estud. av.**, São Paulo, v. 30, n. 86, p. 269-285, abr. 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142016000100269/](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142016000100269/)>. Acesso em: 02 set. 2020.

WARDLE, C; DEREKSHAN, H. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, **Council of Europe report**, DGI. 2017 Disponível em: <<http://www.theewc.org/>>. Acesso em: 02 set. 2020.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2001.